



ANALISIS KONEKTIVITAS PEMBANGUNAN PARIWISATA PADA TIGA DESTINASI PARIWISATA PRIORITAS KAWASAN MANDALIKA, LABUAN BAJO DAN BROMO TENGGER SEMERU (BTS)

LAPORAN HASIL
PENELITIAN INSTITUSI 2017

KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF / BADAN
PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA
POLITEKNIK PARIWISATA LOMBOK

Jalan Raden Puguh No.1, Puyung, Jonggat, Praya
Lombok Tengah



PENELITIAN INSTITUSI

**ANALISIS KONEKTIVITAS PEMBANGUNAN
PADA TIGA DESTINASI PARIWISATA
PRIORITAS KAWASAN KEK MANDALIKA,
LABUAN BAJO DAN BROMO TENGGER
SEMERU(BTS)**



**DISUSUN OLEH
TIM PENELITI POLTEKPAR LOMBOK**

**KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA
POLITEKNIK PARIWISATA LOMBOK
TAHUN 2017**

SUSUNAN TIM PENELITIAN INSTITUSI

- Pembimbing : 1. Prof H. Mahyuni.Phd
g
2. Dr. Saufi
3. Dr. Basuki
- Peneliti : 1. Farid Said
2. H. Hamsu Hanafi
3. H. Lalu Ratmaja
- Anggota : 1. Lalu Muh Iswadi Athar, M.Pd
2. Selamat Kiki Pranoto
3. Gede Hendra Satriawan, S.E

Mengetahui

Direktur Politeknik Pariwisata Lombok



Dr. H. Hamsu Hanafi, MM
NIP: 196110101992031001

LEMBAR PENGESAHAN



Proposal Penelitian Institusi Politeknik Pariwisata Lombok
Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, proposalnya
diseminarkan pada tanggal 28 Agustus 2017, dandisetujui
/disyahkan pada tanggal 30 September 2017 dan seminar hasil
penelitian dilaksanakan pada tanggal 15 Desember 2017

Menyetujui
Kepala P3M

H. Lalu Ratmaja, S.Pd., M.Pd
NIP. 1966 1231 198803 1 286

Mataram, Desember 2017
Peneliti Utama

Dr. Farid Said, M.Pd
NIP. 1964 0723 199203 1 002

Mengetahui

Direktur Politeknik Pariwisata Lombok

Dr. H. Hamsu Hanafi, MM

NIP:1961 1010 199203 1 001

KATA PENGANTAR

Dengan ucapan Puji syukur kami panjatkan kepada Allah, Tuhan Yang Esa bahwa pelaksanaan penelitian institusi Politeknik Pariwisata Lombok tahun 2017 dapat berjalan dengan baik.

Penelitian adalah salah satu implementasi Tridarma Perguruan Tinggi, Politeknik Pariwisata Lombok, melalui tim peneliti akan mengkaji tentang tiga diantara 10 destinasi pariwisata diluar Bali yang telah ditetapkan pemerintah dalam hal ini Kementerian Pariwisata Republik Indonesia pada tahun 2015, yang akan difokuskan pembangunannya melalui implementasi PP No 50 tahun 2015 tentang RIPARNAS. Diharapkan penyebaran kunjungan wisatawan tidak terfokus ke Bali semata, namun akan meyebar secara merata di wilayah Republik Indonesia.

Penelitian ini mengkaji konektivitas tiga destinasi yang berdekatan secara geografis yakni KEK Mandalika, Bromo Tengger Semeru dan Labuan Bajo. Ketiga destinasi ini menjadi sektor unggulan perolehan pendapatan daerah provinsi Jawa Timur, NTB dan NTT sebagai koridor V Master Plan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) dan sebagai pintu gerbang pariwisata untuk pendukung keamanan pangan nasional.

Penelitian ini masih jauh dari sempurna, setidaknya masih memerlukan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan ke depan. Namun demikian penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah dan referensi bagi penyusun kebijakan mengenai pengembangan Destinasi Pariwisata di daerah.

Mataram, Desember 2017

Politeknik Pariwisata Lombok

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Team Peneliti	
Lembar Pengesahan	
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
BAB I.PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Identifikasi dan Perumusan Masalah	10
Ruang Lingkup/Batasan Masalah Penelitian	11
Tujuan Penelitian	12
Manfaat Penelitian	13
Strategi Pencapaian Keluaran	
BAB II.KAJIAN PUSTAKA	14
Pengertian Pariwisata	14
Pengertian Destinasi Pariwisata	16
Karakteristik Pariwisata	18
Komponen - komponen Destinasi Pariwisata	20
Aspek pembangunan Kepariwisataaan	24
Kebijakan Konektivitas Pembangunan Pariwisata	29
2. 7 Penelitian Terdahulu	34
2. 8 Alur Fikir	36
BAB III.METODE PENELITIAN	37
Pendekatan Penelitian	37
Jenis dan Sumber Data	37
Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	37
Teknik Analisis Data	39

BAB IV. ANALISIS KONDISI DESTINASI KEPARIWISATAAN

KAWASANMANDALIKA, LABUAN BAJO DAN BROMO TENGGER SEMERU(BTS)

Destinasi Kepariwisataaan Kawasan KEK Mandalika

Gambaran Umum KEK Mandalika	40
Analisis Kondisi Daya Tarik Wisata KEK Mandalika	48
Analisis Kondisi Fasilitas Pariwisata KEK Mandalika	48
Analisis Kondisi Aksesibilitas KEK Mandalika	49
Analisis Penerapan Kebijakan Kepariwisataaan KEK Mandalika	50
Analisis Pengembangan SDM Pariwisata KEK Mandalika.....	57
Analisis SWOT Destinasi KEK Mandalika.....	60

Destinasi Kepariwisataaan Labuan Bajo

Analisis Kondisi Pariwisata Labuan Bajo	60
Analisis Kondisi Daya Tarik Wisata Labuan Bajo	62
Analisis Kondisi Fasilitas Pariwisata Labuan Bajo	63
Analisis Kondisi Aksesibilitas Labuan Bajo	68
Analisis Penerapan Kebijakan Kepariwisataaan Labuan Bajo	69
Analisis Pengembangan SDM Pariwisata Labuan Bajo	77
Analisis SWOT Labuan Bajo	77

Destinasi Kepariwisataaan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Analisis Kondisi Pariwisata Bromo Tengger Semeru	78
Analisis Kondisi Daya Tarik Wisata Bromo Tengger Semeru	81
Analisis Kondisi Fasilitas Pariwisata Bromo Tengger Semeru.....	82
Analisis Kondisi Aksesibilitas Bromo Tengger Semeru.....	82

Analisis Penerapan Kebijakan Kepariwisataaan

Bromo Tengger Semeru 83

Analisis Pengembangan SDM Pariwisata Bromo Tengger Semeru ...	91
Analisis SWOT Destinasi Bromo Tengger Semeru	92

BAB V.

**PEMBAHASAN HASIL ANALISIS KONEKTIVITAS PEMBANGUNAN
TIGA DESTINASI PARIWISATA KEK MANDALIKA, BROMO TENGGER
SEMERU (BTS) DAN LABUAN BAJO**

Pembahasan Hasil Analisis Konektivitas Pembangunan KEK Mandalika	93
Profil Demografi/Sosio Ekonomi Responden.....	93
Hasil Analisis Kondisi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kawasan KEK Mandalika	102
Hasil Analisis Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan KEK Mandalika	107
Hasil Analisis Upaya Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Model Konektivitas Dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan KEK Mandalika	119
Hasil Analisis Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan KEK Mandalika	122
Pembahasan Hasil Analisis Konektivitas Pembangunan Labuan Bajo	127
Hasil Analisis Kondisi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kawasan Labuan Bajo	127
Hasil Analisis Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Labuan Bajo	133
Hasil Analisis Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan Labuan Bajo	138
Hasil Analisis Upaya Kebijakan Pemerintah dalam Mewujudkan Model Konektivitas dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan Labuan Bajo	150
Hasil Analisis Kesiapan Sumber Daya Manusia dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan	

Labuan Bajo	153
Hasil Focus Group Discussion (FGD) dan Wawancara Analisis konektivitas Labuan Bajo	155
Pembahasan Hasil Analisis Konektivitas Pembangunan Bromo Tengger Semeru (BTS)	158
Hasil Analisis Kondisi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru	158
Hasil Analisis Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Bromo Tengger Semeru (BTS)	164
Hasil Analisis Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)	169
Hasil Analisis Upaya Kebijakan Pemerintah dalam Mewujudkan Model Konektivitas dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)	181
Hasil Analisi Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)	184
Hasil <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) dan Wawancara Analisis Konektivitas Bromo Tengger Semeru (BTS).....	186
Analisis Identifikasi dan Formulasi Strategi SWOT Pada Tiga Destinasi Pariwisata KEK Mandalika, Labuan Bajo, Bromo Tengger Semeru	189

BAB VI. PENUTUP

Simpulan 193

Rekomendasi 193

DAFTAR PUSTAKA 195

LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian 53

Lampiran 2 Cheklist 54

Lampiran 3 Pedoman Wawancara 67

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang memiliki pertumbuhan paling cepat di dunia dalam dua puluh tahun terakhir. Menurut catatan UNWTO jumlah wisatawan internasional (wisatawan yang bepergian ke luar negeri) pada tahun 2015 mencapai 1 milyar. Jumlah wisatawan Internasional diperkirakan akan meningkat menjadi 1,4 milyar pada tahun 2020, dan menjadi 1,8 milyar pada tahun 2030.

Berdasarkan data Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) (2015) yang diterbitkan oleh World Economic Forum(WEF), Indonesia menempati peringkat 50 dari 141 negara. Masih jauh di bawah Singapura yang mencapai peringkat 11, Malaysia peringkat 25 dan Thailand peringkat 35. Singapura, Malaysia dan Thailand memiliki daya saing tertinggi pada kategori kerangka kebijakan dan kategori lingkungan bisnis dan infrastruktur. Infrastruktur dan sistem transportasi Singapura merupakan salah satu yang terbaik di dunia. Indonesia menunjukkan daya saing yang kuat pada pilar sumber daya alam, prioritas pariwisata, dan daya saing harga.

Indonesia sebagai salah satu negara kepulauan terbesar di dunia memiliki daya tarik tersendiri untuk menjadi destinasi wisata dunia karena memiliki wilayah paling luas di kawasan Asia Tenggara dengan jumlah penduduk terbanyak dan sumber daya alam terkaya. Indonesia memiliki lebih dari 500 suku bangsa (etnis), dengan bahasa dan budaya yang beraneka ragam. Keragaman suku bangsa dan budaya tersebut menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata dunia karena memiliki atraksi wisata budaya dan kuliner yang sangat unik dan beragam.

Berdasarkan Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 2 bahwa pengembangan pariwisata harus berdasarkan pada prinsip (a) manfaat, (b) kekeluargaan, (c) adil dan merata, (d) keseimbangan, (e)

kemandirian, (f) kelestarian, (g) partisipatif, (h) berkelanjutan, (i) demokrasi, (j) kesetaraan dan (k) kesatuan.

Peraturan Pemerintah RI no. 50 thn 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 menitik beratkan arah pembangunan pariwisata nasional dalam pasal 2 ayat 8 menjadi arah kebijakan strategi dan indikasi program pembangunan kepariwisataan nasional dalam kurun waktu tahun 2010 sampai dengan 2025.

Sektor pariwisata ditetapkan sebagai sektor yang penting untuk dikembangkan dan dibina secara sinergi sebagai sektor unggulan. Melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan (sustainable tourism) perlu sinergi antara upaya pelestarian alam dan budaya beserta warisannya untuk menunjang percepatan pembangunan nasional.

Pemerintah telah menetapkan 10 destinasi pariwisata prioritas yang tersebar di wilayah Indonesia yaitu Indonesia bagian barat, tengah dan timur. Sepuluh destinasi yang dimaksud dan merupakan 10 Bali baru adalah: Danau Toba Sumatera Utara, Tanjung Kelayang Bangka Belitung, Kepulauan seribu dan kota tua DKI Jakarta, Tanjung Lesung Banten, Borobudur Jawa Tengah, Bromo Tengger Semeru Jawa Timur, Mandalika Nusa Tenggara Barat, Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur, Wakatobi Sulawesi Tenggara, dan Pulau Morotai Maluku Utara.

Indonesia juga merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia dengan panjang garis pantai 95.181 km, 13.667 buah pulau besar dan kecil dengan luas laut 3,1 juta km², didiami oleh 1.128 suku bangsa, dan memiliki 746 bahasa serta dialek dengan segala ekspresi budaya dan adat tradisinya sehingga menjadi laboratorium budaya terbesar di dunia. Kekayaan cipta, karsa, karya dan peninggalan budaya tersebut diakui oleh dunia sebagai world cultural heritage sites (8 warisan budaya). Selain itu, Indonesia memiliki 51 Taman Nasional dengan keanekaragaman hayati; 35% jenis spesies primata, 25% endemic; 16% habitat dari binatang reptil dan amphibi di dunia; 17% habitat dari burung di dunia, 26% endemic yang kesemuanya menjadi potensi yang sangat besar bagi pengembangan wisata alam (ecotourism and green

tourism) dan sebagai salah satu bentuk wisata alternatif yang menjadi tren dunia saat ini.

Dilihat dari letak geografis Indonesia merupakan negara yang berada pada jalur cincin api (ring of fire) yang aktif dengan persebaran gunung berapi paling banyak di dunia, sehingga menjadi modal yang sangat besar bagi pengembangan wisata minat khusus, geo-wisata. Bahkan beberapa Gunung berapi telah diakui sebagai salah satu anggota Global Geopark Networks UNESCO pada tahun 2012. Indonesia memiliki kaitan dengan momentum-momentum penting dalam sejarah peradaban dunia, antara lain penjelajahan Laksamana Cheng Ho yang fenomenal, penjelajahan Sir Arthur Wallacea (Operation Wallacea), jalur pelayaran sutera (silk route), jalur rempah dunia (spice route), dimana kekayaan sejarah penting dunia tersebut menjadi modal besar bagi pengembangan wisata minat khusus melalui pengembangan simpul-simpul dan koridor napak tilas perjalanan sejarah.

Potensi karya dan budaya yang begitu besar ini belum bisa dioptimalkan karena adanya permasalahan pokok kepariwisataan yakni pengelolaan pariwisata belum maksimal disebabkan oleh rendahnya daya saing. Sementara itu, kelemahan terbesar dari daya saing kepariwisataan Indonesia berdasarkan ukuran TTCI terletak pada Infrastruktur Pariwisata (2.1), Infrastruktur ICT (2.7), dan Kesehatan dan Kebersihan (2.9).

Dewasa ini pemerintah berkonsentrasi mengembangkan sector pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan negara. Pengembangan sector pariwisata didasari pada prinsip-prinsip berkelanjutan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan program pemerintah yaitu:

- “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata” yang mengatur asas, fungsi dan tujuan pembangunan kepariwisataan; prinsip penyelenggaraan kepariwisataan; ruang lingkup pelaksanaan pembangunan kepariwisataan; kawasan strategis; usaha pariwisata; hak, kewajiban dan larangan dalam aktivitas kepariwisataan; kewenangan pemerintah dan pemerintah daerah; koordinasi antar stakeholder pariwisata; badan promosi pariwisata Indonesia; gabungan

industri pariwisata Indonesia; pelatihan SDM, standarisasi, sertifikasi dan tenaga kerja; pendanaan; sanksi administratif; dan ketentuan pidana kepariwisataan.

- “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup” yang mengatur pelaksanaan pembangunan yang bertujuan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup demi kehidupan generasi saat ini dan yang akan datang.
- “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS)”, yang merupakan dokumen perencanaan pembangunan kepariwisataan nasional untuk periode 15 (lima belas) tahun terhitung sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2025.
- “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2007 tentang Tata Hutan dan Penyusunan Rencana Pengelolaan Hutan, serta Manfaat Hutan”.
- “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil”
- Masterplan Percepatan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) Koridor V ditetapkan sebagai salah satu pintu gerbang pariwisata dan pendukung pangan di Indonesia.
- “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang”
- “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengolahan Sampah”
- Sesuai dengan RPJMN 2015-2019, pariwisata merupakan salah satu dari 4 fokus sektor yang akan dikembangkan. Dari 10 pengembangan kawasan pariwisata prioritas yang telah ditetapkan secara nasional.

Sebagai perwujudan konsentrasi dan keseriusan pembangunan dibidang pariwisata, Pemerintah telah menetapkan 10 destinasi prioritas yang tersebar di wilayah Indonesia bagian barat, tengah dan timur. Sepuluh destinasi yang dimaksud dan merupakan 10 Bali baru adalah : Danau Toba Sumatera Utara,

Tanjung Kelayang Bangka Belitung, Kepulauan seribu dan kota tua DKI Jakarta, Tanjung Lesung Banten, Borobudur Jawa Tengah, Bromo Tengger Semeru Jawa Timur, Mandalika Nusa Tenggara Barat, Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur, Wakatobi Sulawesi Tenggara, dan Pulau Morotai Maluku Utara.



Gambar 1.2 Destinasi Pariwisata Prioritas di Indonesia

Sumber: Kemparekraf, 2013, (Buku Panduan Wisata)

Kawasan Ekonomi Khusus Kawasan Strategis Pariwisata Nasional

Penetapan destinasi baru sebagai percepatan pembangunan sector pariwisata adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan pencapaian target 20 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2019. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan berdampak pada peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Menurut data statistic kementerian Pariwisata Republik Indonesia tahun 2015/2016 bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada 10 destinasi percepatan menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Tabel 01 Proyeksi 10 Destinasi Pariwisata Prioritas

No	Destinasi	Performansi			Proyeksi 2019			
		Jumlah Wisman 2015	2016	Pertumbuhan Kunjungan	Devisa Wisman	Investasi (Juta USD)	Wisman (Orang)	Devisa (Juta USD)
1	Borobudur	193,982	227,337	17.19	27,337,000	1,520	2,000,000	2,000
2	Mandalika	121,482	125,307	3.15	125,307,000	3,600	1,000,000	1,000
3	LabBajo	41,972	54,147	29.01	54,147,000	1,200	500,000	500
4	Bromo	34,466	33,387	3.13	33,387,000	1,200	1,000,000	1,000
5	Kp Seribu	4,627	16,384	254.10	16,384,00	1,020	500,000	500
6	Toba	15,464	10,680	-30.94	10,680,000	1,000	1,000,000	1,000
7	Wakatobi	2,179	3,315	52.13	3,315,000	1,400	500,000	500
8	Tj Lesung	8,336	1,739	-79.14	1,739,000	5,600	1,000,000	1,000
9	Morotai	618	500	-19.09	500,000	3,600	500,000	500

10	Tj Klayang	975	451	-53.74	451,000	1,660	500,000	500
----	------------	-----	-----	--------	---------	-------	---------	-----

Gambar 1.3. Proyeksi Destinasi Prioritas di Indonesia
 Sumber: Kemendagri, 2016, (Buku Panduan Wisata)

Dari 10 destinasi percepatan pembangunan sector pariwisata yang menjadi lokus penelitian adalah tiga destinasi yang berdekatan yakni KEK Mandalika, Bromo Tengger Semeru dan Labuan Bajo. Pada tiga destinasi yang dijadikan lokus penelitian, angka kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara terlihat semakin meningkat dari tahun ke tahun. Menurut catatan Biro Pusat Statistik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah (NTB), Malang (Jawa Timur) dan Manggarai Barat (NTT) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara dalam 5 tahun terakhir semakin meningkat.

Data kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara di tiga destinasi KEK Mandalika, Labuan Bajo, dan Bromo Tengger Semeru (BTS).

No	Tahun	Wisman			Wisnus			Pertumbuhan
		Mandalika	BTS	Labuan Bajo	Mandalika	BTS	Labuan Bajo	
1	2013	565944		35475	791658		7825	
2	2014	667020		44590	962102		11469	
3	2015	121,482	34,466	45372	127.005		15754	
4	2016	125,307	33,387	54335	134.752		29377	
5	2017			49.979			31621	

SUMBER: WEB KEMENPAR

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tiga destinasi dari tahun ke tahun memiliki dampak positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat.

Ada beberapa factor yang bisa dijadikan alasan pemilihan tiga destinasi ini dijadikan sebagai lokus penelitian dan terkait erat dengan infrastruktur pariwisata, dan kendala yang dihadapi antara lain meliputi:

- a. Merupakan destinasi yang berdekatan
- b. Rendahnya konektivitas antar tiga destinasi;

- c. Belum adanya penerbangan langsung, frekuensi penerbangan, seat capacity dan hubungan antar destinasi;
- d. Kapasitas dan kualitas airport/seaport sebagai destinasi wisata ke KEK Mandalika, Bromo Tengger Semeru dan Labuan Bajo (airport/seaport friendly);
- e. Keterbatasan jaringan, moda transportasi, dan konektivitas antar moda untuk mendukung kemudahan pergerakan wisata di destinasi;
- f. Kesiapan destinasi pariwisata yang belum merata dari sisi dukungan fasilitas pariwisata (akomodasi, rumah makan, pusat oleh-oleh/cinderamata dan belanja, biro perjalanan wisata, ketersediaan fasilitas, dan jaringan ICT, fasilitas air minum, sanitasi lingkungan/pengelolaan sampah, money changer, klinik kesehatan, pedestrian, sign and posting/informasi wisata, toilet umum, dsb.) serta kesiapan masyarakat di sekitar destinasi pariwisata yang belum optimal (hospitality/sadar wisata);
- g. Kesiapan destinasi pariwisata yang belum merata dari sisi kebersihan dan kesehatan lingkungan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dalam beberapa bulan ke lokasi penelitian, ditemukan adanya pengakuan di antara para pejabat pemerintah dengan wisatawan akan pentingnya konektivitas antara destinasi yang mempermudah perjalanan pariwisata yang bertanggung jawab, yaitu “perjalanan yang meminimalkan dampak negatif, membawa manfaat ekonomi untuk masyarakat lokal, serta melestarikan sumber daya alam dan budaya dari suatu destinasi”.

Sebagai destinasi prioritas, dalam pengembangan pariwisata perlu adanya konektivitas antar destinasi, sehingga jalur perjalanan wisatawan menjadi bermakna dan menyenangkan.

Penelitian ini mengkaji tentang konektivitas tiga destinasi wisata yang berdekatan yakni KEK Mandalika, Bromo Tengger Semeru (BTS), dan Labuan Bajo. Ketiga destinasi ini menjadi sektor unggulan perolehan pendapatan daerah provinsi Jawa Timur, NTB dan NTT sebagai koridor V Master Plan Percepatan

dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) dan sebagai pintu gerbang pariwisata untuk pendukung keamanan pangan nasional.

Dalam Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA), Pemerintah Provinsi Jawa Timur, NTB, dan NTT menunjukkan komitmen untuk mengarahkan sektor pariwisata kepada konsep yang berkelanjutan, bertanggung jawab dan berkualitas yang dikombinasikan dengan kearifan lokal, perlindungan dan pengelolaan terhadap lingkungan alam serta kebijakan yang ramah lingkungan. Dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) tiga provinsi tahun 2013-2028, telah menetapkan masing-masing daerah beberapa kawasan strategis pariwisata daerah (KSPD) seperti yang terlihat pada Tabel 01. Penetapan KSPD ini dimaksudkan untuk mempermudah pengelolaan kawasan dan pengembangan produk-produk yang unik (unique selling point, USP) di masing-masing destinasi.

Tabel 01 KSPD pada 3 Destinasi

KSPD	Bromo Tengger Semeru	KEK Mandalika	Labuan Bajo
Tema	Pariwisata Agro, Pegunungan, budaya dan kuliner	Pariwisata Pantai, bawah laut, olahraga berbasis bahari dan budaya	Pariwisata alam, pantai, budaya dan kuliner
Lokasi	Cagar alam konservasi Gunung Tengger, Bromo dan Semeru	Gili Gede Gili Nanggu Bangko-Bangko Selong Belanak Sade Kuta Gili Indah	Cagar alam Pulau Rinca, Pulau Badar, Pulau Komodo

Gambar 1.1.KSPD Tengger, Mandalika Labuan Bajo

Sumber:RIPARDA Jatim, NTB, NTT

Edward Inskeep, seorang perencana kepariwisataan yang bekerja untuk World Tourism Organization (WTO) dan United Nation Development Program (UNDP) mengatakan bahwaperencanaan kepariwisataan tidak hanya penting untuk tujuan ilmu pengetahuan dan untuk melestarikan lingkungan hidup untuk keuntungan masyarakat, tapi juga untuk perlindungan jangka panjang penanaman modal dan infrastruktur kepariwisataan, atraksi, fasilitas, pelayanan dan program pemasaran.

Kepariwisata adalah bagian dari urusan pemerintahan yang tidak bisa lepas dengan regulasi kebijakan-kebijakan publik, atau bagian dari

proses administrasi publik yang dikerjakan oleh pemerintah dan pemerintah daerah. Dimensi Kebijakan merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang efektif dan dibutuhkan serangkaian prinsip-prinsip rasionalitas dan politis (Keban, 2004:53)

Model Pengelolaan Destinasi secara ekonomi, perencanaan pembangunan pariwisata berkelanjutan didasarkan pada upaya-upaya meningkatkan perekonomian masyarakat lokal, mengurangi angka kemiskinan, mendorong tumbuh kembangnya usaha pariwisata lokal, menciptakan lapangan kerja, mendorong pembelian produk lokal, dan meningkatkan pendapatan daerah dan nasional melalui pajak usaha dan pajak penghasilan. Diharapkan tumbuh kembangnya ekonomi lokal akan menekan dampak negatif pariwisata secara ekonomi, seperti berkurangnya kebocoran ekonomi, dan terlindunginya hak kepemilikan lokal atas tanah dan properti.

Dari aspek sosial budaya, perencanaan pembangunan pariwisata berkelanjutan menitikberatkan pada upaya-upaya mengembangkan dan melestarikan warisan budaya baik yang berupa event budaya seperti hasil seni tari dan musik, maupun yang berupa tempat, benda, dan bangunan budaya.

Berdasarkan gambaran umum potensi yang dapat dikembangkan pada3 destinasi tersebut serta upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dalam rangka mengejar target 2019 maka peneliti mengambil judul “Analisis Konektivitas Pembangunan Pariwisata pada Tiga Destinasi Prioritas Kawasan KEK Mandalika, Bromo Tengger Semeru dan Labuan Bajo”.

1. 2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana kondisi pengembangan daya tarik wisata di kawasan KEK Mandalika BromoTengger Semeru, dan Labuan Bajo?
2. Bagaimana ketersediaan Aksesibilitas pariwisata di kawasan KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?



3. Bagaimana kesiapan Fasilitas Pariwisata di KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
4. Bagaimana kebijakan pemerintah dalam mewujudkan konektivitas untuk mendukung model pola perjalanan wisata pada tiga kawasan wisata KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
5. Bagaimana kesiapan Sumber Daya Manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan pada industri pariwisata di tiga destinasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?

Batasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup permasalahan yang dibahas, maka penelitian ini dibatasi pada permasalahan yang meliputi :

1. Bagaimana kondisi pengembangan daya tarik wisata di kawasan KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
2. Bagaimana ketersediaan Aksesibilitas pariwisata di kawasan KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
3. Bagaimana kesiapan Fasilitas Pariwisata di KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
4. Bagaimana kebijakan pemerintah dalam mewujudkan konektivitas untuk membuat model pola perjalanan wisata pada tiga kawasan wisata KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
5. Bagaimana kesiapan Sumber Daya Manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan pada industri pariwisata di tiga destinasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?

Tiga kawasan wisata Tengger Bromo, Mandalika dan Labuan Bajo dipilih sebagai lokus penelitian karena daerah tersebut telah ditetapkan oleh presiden Republik Indonesia sebagai kawasan wisata nasional, dengan demikian penelitian ini mengkaji konektivitas ketiga destinasi tersebut dari sisi aksesibilitas.



Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendapatkan gambaran mengenai kondisi pengembangan daya tarik wisata di kawasan wisata KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo.
2. Mendapatkan gambaran ketersediaan aksesibilitas pendukung pariwisata di kawasan KEK Mandalika, Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo
3. Untuk melihat kesiapan Fasilitas Pariwisata di KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
4. Untuk memotret kebijakan pemerintah dalam mewujudkan konektivitas untuk membuat model pola perjalanan wisata pada tiga kawasan wisata KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?
5. Bagaimana kesiapan Sumber Daya Manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan pada industri pariwisata di tiga destinasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke KEK Mandalika Bromo Tengger Semeru, dan Labuan Bajo?

1. 5. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau rekomendasi bagi pengambil kebijakan di lingkungan Politeknik Pariwisata Lombok, Pemerintah, Pemerintah daerah dalam mengambil keputusan dibidang Kepariwisataaan
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat bagi peneliti-peneliti lainnya yang mengambil topik berkaitan dengan konektivitas dan pengembangan daya Tarik wisata, ataupun pihak lain yang tertarik dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.

KAJIAN PUSTAKA

.8 Pengertian Pariwisata

Perkembangan pariwisata Indonesia tidak dapat dilepaskan dari para eksplorers yang datang dari negara-negara Eropa maupun Asia Timur seperti China dan Asia Selatan yaitu para pendatang dari Gujarat. Pada akhir abad ke-15 telah banyak petualang dari bangsa Eropa dan juga pendatang China seperti Bon An, Bin Ang Den. Kedatangan mereka ke Indonesia terkait keinginan untuk mendapatkan *status* dengan misi serba guna antara lain berdagang, mencari daerah baru dan penyiaran agama (Mathew, 1978:87).

Definisi tentang pariwisata oleh Matheison & Wall yang dikutip oleh ChrisCooper sebagai berikut:

“tourism is temporary movement to destination outside the normal home and workplace, the activities undertaken during the stay and the facilities created to cater for the needs of tourist” (Cooper, et al, 1993).

Dari pengertian tersebut dapat dilihat bahwa kegiatan kepariwisataan terjadi semata-mata merupakan kegiatan yang menempuh jarak dan waktu tertentu yang terlepas dari aktifitas keseharian seperti aktifitas kerja, berbisnis dan yang lainnya, tetapi aktifitas yang dilakukan jelas-jelas di luar kegiatan tersebut melibatkan berbagai pihak lainnya terutama dalam pemakaian fasilitas yang berhubungan dengan pariwisata.

Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Pengusaha.

Kegiatan kepariwisataan adalah kegiatan yang mengutamakan pelayanan dengan berorientasi pada kepuasan wisatawan, pengusaha di bidang pariwisata, pemerintah dan masyarakat. Sebagai salah satu aktifitas fisik dan psikis manusia, pariwisata didefinisikan oleh banyak ahli dengan definisi yang tidak terlalu jauh berbeda.

Pemberian batasan tentang pariwisata memang sering tidak dapat menghasilkan satu batasan yang memuaskan untuk berbagai kepentingan. Melihat batasan yang begitu luas dan beragam, Richardson dan Fluker dalam Pitana (2005:45) membedakan batasan pariwisata atas dua batasan, yaitu batasan konseptual dan batasan teknis. Batasan konseptual digunakan untuk memahami pariwisata secara konseptual dan pemahaman akademis, sedangkan batasan teknis digunakan untuk kepentingan pengumpulan statistik. Batasan secara teknis diberikan oleh The World Tourism Organisation (WTO), bahwa:

“Tourism comprises the activities of persons, travelling to and staying in place outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business dan other purposes”
(Richardson dan Fluker dalam Pitana, 2005: 45).

Ada beberapa komponen pokok yang secara umum digunakan dalam memberikan batasan mengenai pariwisata (khususnya pariwisata internasional), sebagai berikut:

1. Traveler, yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.
2. Visitor, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya kurang dari 12 jam dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
3. Tourist, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi (WTO dalam Pitana, 2005).

Apabila diperhatikan ketiga hal tersebut, maka kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari beberapa komponen yang terkandung di dalamnya, antara lain: traveler, visitor dan tourist, masing-masing komponen mempunyai hubungan yang erat satu sama lain. Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan

tangan dan cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga sebagai industri.

Menurut undang-undang No. 10 tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah, dan pemerintah daerah.

.8 Pengertian Destinasi Pariwisata

Daerah Tujuan Pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya Kepariwisata.

Destinasi pariwisata adalah suatu entitas yang mencakup wilayah geografis tertentu yang didalamnya terdapat komponen produk pariwisata (attraction, amenities, accebilities) dan layanan, serta unsur pendukung lainnya (masyarakat, pelaku industri pariwisata, dan institusi pengembang) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan serta totalitas pengalaman kunjungan bagi wisatawan.

Menurut Hardinoto, 1996 menyebutkan bahwa destinasi wisata adalah suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seseorang pengunjung yang mana ia dapat tinggal dalam waktu tertentu. Menurut Daryanto (1997:167) dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap, mengartikandestinas sebagai "tempat tujuan atau daerah tujuan". Destinasi wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. (Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata). Cooper dkk (1993), menyatakan destinasi wisata merupakan salah satu elemen yang paling penting karena menjadi alasan orang - orang melakukan perjalanan wisata serta daya tarik wisata yang ada di dalamnya akan menarik kunjungan wisatawan.

Sedangkan Gunn (1993), menyatakan bahwa kawasan wisata (destinasi) merupakan suatu tempat yang tidak saja menyediakan segala sesuatu yang dapat dilihat wisatawan, namun juga menawarkan aktivitas yang dapat dilakukan pada tempat tersebut dan menjadi daya tarik yang memikat orang untuk berkunjung ke tempat tersebut. Dari berbagai pendapat di atas, destinasi wisata, harusnya merupakan kawasan yang memiliki ciri khas atau keunikan agar dapat memberikan pesona atau daya tarik seorang pengunjung selama kunjungannya dan bahkan dapat memikat lebih lama dengan berkunjung kembali pada destinasi tersebut.

Menurut Ricardson dan fluker (2004 : 48), destinasi pariwisata didefinisikan sebagai : “a significant place visited on a trip, with some form of actual or perceived boundary. The basic geographic unit for the production of tourism statistic” (Ricardson dan Fluker, 2004 : 48). Destinasi dapat dibagi menjadi destination area yang oleh WTO didefinisikan sebagai : “Part of destination. A homogeneous tourism region or a group of local government administrative regions” (WTO in Ricardson dan Fluker, 2004 : 48).

Dalam mendiskusikan destinasi pariwisata, kita juga harus mempertimbangkan istilah region yang didefinisikan sebagai : 1) A grouping of countries, usually in a common geographic area 2) An area within a country, usually a tourism destination area Menurut Kusudianto (1996:49), destinasi pariwisata dapat digolongkan/dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri destinasi tersebut, yaitu sebagai berikut : 1) Destinasi Sumber Daya Alam, seperti iklim, pantai, hutan. 2) Destinasi Sumber Daya Budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater, dan masyarakat lokal. 3) Fasilitas Rekreasi, seperti taman hiburan. 4) Event seperti Kesenian Bali, Pesta Danau Toba, pasar malam. 5) Aktivitas Spesifik, seperti Kasino di Genting Highland Malaysia, Wisata Belanja di Hong Kong. 6) Daya Tarik Psikologis, seperti petualangan, perjalanan romantis, keterpencilan. Lebih lanjut dikatakan bahwa berdasarkan hasil studi beberapa pihak, urutan penting sifat/ciri dari destinasi menurut wisatawan adalah sebagai berikut : 1) PATA (1967) dari terpenting ke kurang penting, masyarakat yang ramah dan hangat, akomodasi yang nyaman, pemandangan

yang indah, harga/tarif yang layak, dan adat istiadat kehidupan masyarakat. 2) American Express (1977) dari terpenting ke kurang penting, pemandangan alam yang indah, sikap ramah penduduk lokal, akomodasi yang layak, istirahat dan santai, serta tarif penerbangan. 3) PATA (1984) di Hong Kong dari terpenting ke kurang penting, pemandangan alam yang indah, masyarakat yang ramah dan hormat, akomodasi baik dan modern, tidak mahal untuk dikunjungi, stabilitas politik negara yang dikunjungi. 4) Dirjen Pariwisata (1993) dari terpenting ke kurang penting, pemandangan alam yang indah, kehidupan alam yang indah, kebudayaan masyarakat tradisional, kerajinan dan kesenian, serta pantai. (Sumber : diadaptasi dari Kusudianto, 1996 : 20).

.8 Karakteristik Pariwisata

Perumusan jejaring kebijakan dibidang pariwisata sudah saatnya dilakukan karena kompleksitasnya disiplin ilmu kepariwisataan membuat karakteristik perencanaan pariwisata tidak bisa berkembang cepat dibanding disiplin ilmu-ilmu lainnya, perspektif jejaring kebijakan adalah hal yang baru dimana tingkat kolaborasi satu aktor dengan lainnya, instansi dan stakeholder bahkan keterlibatan tingkat local, nasional dan internasional harus memiliki pemahaman yang sama dalam satu bahasa yang dirumuskan dalam bentuk analisis kebijakan diikuti dengan evaluasi implementasi jejaring kebijakan dibidang pariwisata. Seperti yang dikatakan (Buhalis dan Costa, 2006: 155) yaitu *"Policy issues in tourism are rarely resolved within a locality; rather they implicate networks of actors extend from the local to the national and international, and back again."*

Isu-isu di bidang pariwisata harus tetap memperhatikan aspek-aspek external atau isu-isu internasional maupun aspek internal baik isu kepariwisataan secara nasional juga yang lebih penting adalah pada tingkat lokal, dimana pariwisata itu dikembangkan.

Menurut Chukaew dalam Hery Sucipto dan Fitria Andayani, terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata dari segi administrasi kebijakan

dan pengelolaannya untuk semua wisatawan, hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu:

Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip pelayanan secara keseluruhan.

Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip wisatawan.

Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip pelayanan.

Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan wisatawan

Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem produksi.

Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan melakukan kegiatan keagamaan

Untuk memenuhi kesemua hal diatas harus melibatkan baik stakeholder maupun shareholder pariwisata pada tiga actor yakni pemerintah, swasta dan masyarakat. Sebagai contoh regulasi dibidang aksesibilitas yang sepenuhnya bukan tanggung jawab pelaksanaannya dibidang pariwisata, tetapi instansi bidang kepariwisataan perlu melakukan koordinasi dengan instansi terkait di daerah dan tingkat nasional.



.8 Komponen - Komponen Destinasi Pariwisata

1. Attraction : atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Pendit, 1999: 20).Edward Inskeep (1991: 77) menyatakan atraksi wisata dapat dibedakan menjadi:
 - a.a.Natural attraction : meliputi Site Attraction, berupa iklim, pemandangan, flora dan fauna, atau tempat bersejarah , serta Event Attraction berupa kegiatan MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition), atau acara - acara olahraga seperti misalnya olimpiade, world cup, dan lain - lain.
 - a.b.Cultural attraction: berdasarkan pada aktifitas manusia seperti misalnya karapan sapi, ngaben, sekaten, megeret pandan, penguburan jenazah di Terunyan, dan lain-lain.
 - a.c.Special types of attraction: atraksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori di atas tetapi merupakan atraksi buatan seperti theme park, circus, shopping
2. Accessibility, atau aksesibilitas merupakan suatu kemudahan bagi wisatawan untuk mengakses suatu destinasi.
3. Ancillary Service, Pelayanan yang diberikan oleh destinasi kepada wisatawan dan industri, berupa pemasaran, pengembangan dan koordinasi antar komponen destinasi. Seperti organisasi/instansi pemerintah, swasta maupun gabungan instansi pemerintah dan swasta.
4. Community Involvement, Keterlibatan masyarakat dalam memberikan pelayanan dan hubungan yang tercipta antara wisatawan dan masyarakat lokal sebuah destinasi, akan mempengaruhi juga apakah destinasi tersebut baik atau tidak untuk dikunjungi oleh wisatawan

Tabel..... Definisi Operasional Pembangunan Destinasi Pariwisata

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
1	Atraksi	1.2. Alam 3. Budaya Buatan	Pertunjukan Seni dan Budaya serta atraksi yang tidak bertentangan dengan kriteria umum Pariwisata	Ordinal
			Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan	Ordinal
			Terdapat tempat ibadah yang layak untuk wisatawan di Objek wisata.	Ordinal
			Tersedia sarana kebersihan dan ketersediaan WC di objek wisata.	Ordinal
			Tersedia makanan dan minuman yang terjaga kebersihannya	Ordinal
2	Amenitas	1.Perhotelan	Tersedia fasilitas yang layak untuk wisatawan	Ordinal
			Tersedia fasilitas yang	Ordinal

					memudahkan untuk beribadah	
					Tersedia makanan dan minuman yang higienis	Ordinal
					Fasilitas dan suasana yang aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan bisnis	Ordinal
					Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan	Ordinal
					Terjamin higienitas	Ordinal
					Makanan dan Minuman yang disediakan untuk wisatawan	
				1. Restaurant/Penyedia Makanan dan Minuman	Terjaga lingkungan yang sehat dan bersih	Ordinal
			3.Biro Perjalanan Wisata	Menyediakan paket perjalanan/ wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata	Ordinal	
				Memiliki	Ordinal	

			daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata	
			Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata	Ordinal
		4. Spa	Terapis pria untuk pelanggan pria, dan terapis wanita untuk pelanggan wanita	Ordinal
			Tidak mengandung unsur porno aksi dan pornografi	Ordinal
			Menggunakan bahan yang halal	Ordinal

			dan tidak terkontaminasi Babi dan produk turunannya	
			Tersedia sarana yang memudahkan untuk beribadah	Ordinal
		5.Pramuwisata	Memahami dan mampu menanamkan nilai-nilai budaya dalam menjalankan tugas	Ordinal
			Berakhlak baik, komunikatif,	Ordinal
			ramah, jujur dan bertanggung jawab	
			Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai budaya	Ordinal
			Memiliki kompetensi kerja sesuai dengan standar profesi	Ordinal

			yang berlaku	
3	Aksesibilitas	1. Informasi	Kemudahan akses informasi destinasi wisata	Ordinal
			Objek wisata mudah dijangkau	Ordinal
			Transportasi (darat, Laut, udara) mudah	Ordinal
			Biaya transportasi sesuai dengan yang standard	Ordinal
4	Ancillary	1. Kelembagaan 2. Keterjangkauan	Terdapat sistem yang mendukung destinasi wisata.	Ordinal
			Terdapat kelembagaan yang mendukung destinasi wisata.	Ordinal
			Terdapat sistem yang mendukung destinasi wisata.	Ordinal

		2. Pemberdayaan Masyarakat	Penyerapan tenaga kerja dari masyarakat lokal	Ordinal
			Sikap masyarakat	Ordinal
		3. Pemasaran	Promosi	Ordinal
			Branding yang tepat	Ordinal

Sumber: data diolah dari berbagai sumber

.7 Aspek Pembangunan Kepariwisataan

Pembangunan pariwisata sesuai PP No 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (RIPPARNAS) meliputi aspek pembangunan dibidang (a) Pembangunan destinasi pariwisata; (b) Pembangunan Pemasaran Pariwisata (c) Pembangunan Industri Pariwisata (d) Pembangunan Kelembagaan Pariwisata

Pembangunan destinasi Pariwisata sebagaimana dimaksud diatas sebagai berikut :

- a. Perwilayahan Pembangunan destinasi Pariwisata, b. Pembangunan Daya Tarik Wisata, c. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata. d. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata, e. Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisataan, dan f. pengembangan investasi di bidang pariwisata.

Pembangunan destinasi pariwisata ditentukan dengan kriteria:

- (a) merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah kecamatan dan/atau lintas kecamatan yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata daerah;(b) memiliki daya tarik wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara daerah dan/atau regional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan;(c)

memiliki kesesuaian tema daya tarik wisata yang mendukung penguatan daya saing;(d)memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan kepariwisataan; dan (e) memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait. Arah kebijakan Pembangunan destinasi pariwisata meliputi: perencanaan Pembangunan; penegakan regulasi Pembangunan dan pengendalian implementasi Pembangunan.

Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata merupakan penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, dan angkutan udara, kemudian penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, dan angkutan udara; dan penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, dan angkutan udara. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata dimaksudkan untuk mendukung pengembangan Kepariwisataan dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam destinasi.

Arah kebijakan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, dan angkutan udara meliputi pengembangan dan peningkatan kemudahan akses dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pengembangan dan peningkatan kenyamanan dan keamanan pergerakan wisatawan menuju destinasi.

Strategi untuk pengembangan dan peningkatan kemudahan akses dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di destinasi pariwisata adalah dengan meningkatkan ketersediaan moda transportasi sebagai sarana pergerakan wisatawan menuju destinasi, meningkatkan kecukupan kapasitas angkut moda transportasi menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di destinasi pariwisata sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar; dan mengembangkan keragaman atau diversifikasi

jenis moda transportasi menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di Destinasi Pariwisata sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar.

Pembangunan fasilitas pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan kawasan pariwisata merupakan upaya untuk meningkatkan pembangunan fasilitas pariwisata yang mendukung kesiapan kawasan pariwisata dalam meningkatkan daya saing kawasan pariwisata. Strategi untuk peningkatan kualitas fasilitas pariwisata dalam mendukung pertumbuhan pariwisata dengan menerapkan berbagai skema kemitraan antara pemerintah daerah dan swasta, mengembangkan dan menerapkan berbagai skema kemandirian pengelolaan; dan mengembangkan penerapan fasilitas pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan berkebutuhan khusus.

Pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan sebagaimana merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui ekonomi kreatif bidang kepariwisataan yang meliputi:

- a.a. Pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat melalui Pembangunan Kepariwisataan;
- a.b. Optimalisasi pengarusutamaan gender melalui Pembangunan Kepariwisataan;
- a.c. Peningkatan potensi dan kapasitas sumber daya lokal melalui pengembangan usaha produktif di bidang pariwisata;
- a.d. Penyusunan regulasi dan pemberian insentif untuk mendorong perkembangan industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- a.e. Penguatan kemitraan rantai nilai antar usaha di bidang Kepariwisataan;
- a.f. Perluasan akses pasar terhadap produk industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal;
- a.g. Peningkatan akses dan dukungan permodalan dalam upaya mengembangkan produk industri kecil dan menengah dan Usaha

Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal;

a.h.Peningkatan kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan terkait dalam mewujudkan sapa pesona untuk menciptakan iklim kondusif Kepariwisata setempat; dan

a.i.Peningkatan motivasi dan kemampuan masyarakat dalam mengenali dan mencintai bangsa dan tanah air melalui perjalanan wisata nusantara.

Menurut Aje Siregar adalah suatu usaha menuju kearah yang lebih baik, yang berarti ada perubahan dan pertumbuhan. Perubahan itu bisa dalam arti kualitas dan kuantitas dalam konteks pariwisata secara kualitas berarti meningkatkan objek wisata dan peningkatan mutu pelayanan. Sedangkan secara kuantitas berarti perluasan penganekaragaman objek wisata serta akomodasi lainnya.

Munasef menyatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkoodinir untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Selain itu Marpaung menyatakan bahwa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu daya tarik wisata yang potensial harus dilakukan penelitian, inventarisasi dan evaluasi sebelum fasilitas wisata dikembangkan. Hal ini penting agar perkembangan daya tarik wisata yang ada dapat sesuai dengan keinginan pasar potensial untuk menentukan pengembangan yang tepat dan sesuai.

Terkait dengan hal tersebut, menurut Yoeti terdapat tiga faktor yang dapat menentukan keberhasilan pengembangan wisata sebagai suatu industri, ketiga faktor tersebut adalah tersedianya obyek atraksi wisata, adanya fasilitas aksesibilitas, dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Sedangkan amenities yaitu tersedianya fasilitas-fasilitas seperti tempat penginapan, hiburan, restoran, dan transportasi lokal yang memudahkan aksesibilitas wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata yang harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya obyek wisata harus mudah dicapai.

Selain itu dalam pengembangan kepariwisataan perlu diperhatikan pula kualitas lingkungan.

Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Pengembangan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya untuk menarik jumlah wisatawan yang semakin banyak secara terus-menerus sehingga akan merupakan asset penting dalam pembangunan, baik bagi Negara dan khususnya yang bertujuan memajukan perekonomian rakyat.

Menurut Marpaung pengembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata.

Pengembangan pariwisata dapat dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah, dan taraf perkembangan ekonomi dari suatu tempat tujuan wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadikan pengalaman yang unik dari tempat wisata.

.7 Kebijakan Konektivitas Pembangunan Pariwisata

Kebijakan publik dibidang pariwisata merupakan hal yang sedikit rumit karena sifatnya yang kompleks dan proses yang tidak tetap serta datang dari beragam profesi. Mayoritas rekomendasi kebijakan dan pengambilan keputusan dari literature yang ada memanfaatkan model perspektif yang mempertunjukkan bagaimana kebijakan pariwisata dan pengambilan keputusan harus dikaitkan dengan hal-hal yang terjadi sebelum penetapan standar.

Perumusan jejaring kebijakan dibidang pariwisata sudah saatnya dilakukan karena kompleksitasnya disiplin ilmu kepariwisataan membuat perencanaan pariwisata tidak bisa berkembang cepat

dibanding disiplin ilmu-ilmu lainnya, perspektif jejaring kebijakan adalah hal yang baru dimana tingkat kolaborasi satu aktor dengan lainnya, instansi dan stakeholder bahkan keterlibatan tingkat local, nasional dan internasional harus memiliki pemahaman yang sama dalam satu bahasa yang dirumuskan dalam bentuk analisis kebijakan diikuti dengan evaluasi implementasi jejaring kebijakan dibidang pariwisata. Seperti yang dikatakan (Buhalis dan Costa, 2006: 155) yaitu *"Policy issues in tourism are rarely resolved within a locality; rather they implicate networks of actors extend from the local to the national and international, and back again."*

Pada Pasal 20 PP 50 tahun 2011 tentang RIPPARNAS bahwa Arah kebijakan penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api meliputi: a. pengembangan dan peningkatan kemudahan akses terhadap prasarana transportasi sebagai simpul pergerakan yang menghubungkan lokasi asal wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN. b. pengembangan dan peningkat keterhubungan antara DPN dengan pintugerbang wisata regional dan/atau nasional maupun keterhubungan antar komponendayatarikdansimpul-simpulpergerakan di dalam DPN; c. Pengembangan dan peningkatan kenyamanan perjalanan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di Dalam destinasi pariwisata nasional/ daerah

Diperkuat dengan Pasal 24 yakni : a Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata sebagaimana diatas diselenggarakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, swasta dan masyarakat.

Dengan kebijakan diatas jelas bahwa perlu dibangun kemampuan konektivitas antar destinasi pariwisata daerah untuk mendukung tiga destinasi prioritas yakni KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo



Tengger Semeru, dalam meningkatkan kemudahan, kenyamanan dan pelayanan wisatawan.

IATA telah mengembangkan indikator konektivitas untuk mengukur tingkat integrasi dengan jaringan transportasi udara global. Indikator tersebut menunjukkan banyaknya tujuan, frekuensi penerbangan untuk setiap tujuan dan jumlah koneksi selanjutnya yang tersedia untuk masing-masing tujuan. Konektivitas meningkat sejalan dengan jumlah tujuan yang meningkat, peningkatan frekuensi layanan dan/atau semakin banyaknya jumlah koneksi lanjutan yang dilayani oleh bandar udara tujuan (IATA, 2007). Metode IATA ini selanjutnya diterapkan untuk mencari tingkat konektivitas bandara-bandara di dalam Jaringan Penerbangan Nasional. Indikator konektivitas jaringan penerbangan nasional didasarkan pada jumlah kursi yang tersedia untuk setiap tujuan.

Jumlah kursi yang tersedia tersebut selanjutnya diberikan bobot sesuai dengan ukuran dari bandara tujuan yang diukur dari jumlah penumpang yang dilayani setiap tahunnya. Pembobotan untuk setiap bandara tujuan tersebut memberikan indikasi tingkat kepentingan ekonomi dan jumlah koneksi lanjutan yang dapat disediakan. Sebagai contoh, Bandara Internasional Soekarno-Hatta yang merupakan bandara tersibuk dan terbesar di Indonesia diberikan bobot 1 sedangkan Bandara Internasional Ngurah Rai yang melayani penumpang dengan jumlah 20% dari jumlah penumpang Bandara Internasional Soekarno-Hatta diberikan bobot 0,2.

Bila sebuah bandara menyediakan 1000 kursi dengan tujuan ke Bandara Internasional Soekarno-Hatta maka bobot totalnya menjadi 1000, namun dengan jumlah kursi yang sama tujuannya adalah Bandara Internasional Ngurah Rai maka diberikan bobot total 200. Bobot total tersebut selanjutnya dijumlahkan untuk semua tujuan dan dibagi dengan 1000 (sebagai faktor skala) untuk menentukan indikator konektivitas. Secara umum rumus indikator konektivitas dinyatakan sebagai:

$$\Sigma (\text{Frekuensi} \times \text{Ketersediaan Kursi per Penerbangan} \times \text{Bobot Bandara Tujuan}) / 1000$$

Tingginya indikator konektivitas menunjukkan tingginya derajat akses terhadap Jaringan Penerbangan Nasional. Indikator ini juga menunjukkan pentingnya sebuah bandara dilihat dari banyaknya rute penerbangan yang dilayani dan akses terhadap koneksi lanjutan dengan rute yang beragam. Besarnya dampak yang harus diterima oleh Sistem Jaringan Penerbangan Nasional apabila ada bandara yang tidak beroperasi dapat dilihat dari indikator konektivitas bandara tersebut. Semakin tinggi nilai konektivitasnya maka semakin besar dampaknya terhadap Sistem Jaringan Penerbangan Nasional. Dari sini terlihat pula bahwa apabila bandara yang tidak beroperasi tersebut adalah bandara pengumpul maka dampaknya juga akan lebih besar dibanding bandara pengumpan. Apabila bandara pengumpan tidak beroperasi maka pesawat dapat diarahkan mendarat di bandara alternatif terdekat dan selanjutnya penumpang melanjutkan menuju bandara/kota tujuan dengan moda lainnya misal kereta api, jalan darat, penyeberangan atau pun laut.

Teori konektivitas di Indonesia dapat diterapkan dalam pembangunan aksesibilitas jalur yang dilalui dalam sebuah kawasan wisata. Aksesibilitas kawasan wisata dapat ditempuh melalui tiga jalur yakni darat, laut dan udara. Pembangunan jalur pariwisata dimanfaatkan teori konektivitas untuk memperoleh hasil yang memuaskan dalam pembuatan maupun pemanfaatan transportasi di Indonesia nantinya.

Dalam teori konektivitas ini, kita akan diajak untuk menilai konektivitas di suatu kawasan wisata, dengan mengetahui sifat kawasan berkenaan dengan proses modernisasi masyarakatnya, kelancaran lalu lintas yang ada dan angkutan serta kelancaran roda perekonomian setempat. Dari keadaan konektivitas yang nyata di lapangan, kita baru akan dapat merencanakan dan membangun prasarana dan sarana selanjutnya yang menjadi dukungan terhadap pelaksanaan pembangunan regional di kawasan yang bersangkutan. Untuk mengetahui bagaimana teori konektivitas tersebut mengukurnya kita dapat menerapkannya melalui “ teori grafik “ yang di kembangkan oleh K. J Kansky. Dengan menerapkan teori tersebut, kita akan dapat mengukur

sejauhmana jaringan konektivitas atau jaringan pada suatu kawasan yang selanjutnya dapat mengungkapkan bagaimana sifat konektivitas atau jaringan jalur tersebut. Kita dapat mengambil contoh jaringan jalur darat, laut dan udara yang digunakan untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata yang terdapat di provinsi Jawa Timur, NTB dan NTT, tepatnya jalur utama yang terdapat di provinsi tersebut.

Di sini sudah terlihat jaringan jalur yang bersifat domestic, nasional dan internasional. Untuk sub-sub jalur darat, laut dan udara masih berpola cabang, contoh system jaringan jalan yang berpola cabang di provinsi Jawa Timur antara lain Jalur udara yakni Bandara Internasional Juanda (Surabaya) dan Abdul Rahman Saleh (Malang), Jalur Laut : Pelabuhan Tanjung Perak (Surabaya) dan Tanjung Tembaga (Probolinggo), dan Jalur Darat : Stasiun kereta api Malang, Surabaya, Pasuruan, dan Probolinggo. Hubungan utama menuju pintu masuk BTS adalah Probolinggo dan Pasuruan Fasilitas Pariwisata (tour base) : Surabaya, Pasuruan. Hagget mengemukakan bahwa masalah interaksi keruangan menjadi perhatian dalam geografi sejak tahun 1850-an.

Sjamsu Rahardja, mengatakan, konektivitas menjadi kunci sukses terbangunnya sistem yang baik di Indonesia. "Ide konektivitas untuk membuka akses terhadap sentra-sentra di Indonesia menjadi kunci utama pembangunan di Indonesia,". Menurut dia, Indonesia harus memprioritaskan konektivitas antar-wilayahnya sebab konektivitas memiliki tiga dimensi penting yakni pengurangan kemiskinan, pembangunan wilayah, dan peningkatan daya saing. Ia mengatakan, melalui sistem konektivitas yang baik maka pusat pembangunan akan terjadi dengan sendirinya. Menurut beliau Konektivitas juga menjadi kunci untuk membuka akses pulau-pulau terluar Indonesia agar terhubung dengan daerah lain. Peningkatan konektivitas dalam negeri dan dengan negara lain secara umum akan memberikan keuntungan berupa meningkatnya akses barang dan jasa pada harga yang lebih rendah dan stabil, jasa transportasi yang efisien dan andal, diversifikasi produksi dan ekspor yang lebih tinggi.

Kita terus melihat banyak pandangan tentang konektivitas di Pasifik, konsep konektivitas ini perlu diperkuat untuk mendukung pasar domestik dan

mancanegara," kata Staf Ahli Menteri Luar Negeri RI Bidang Ekonomi, Sosial, dan Budaya, Wahid Supriyadi, yang juga Alternate Senior Official Indonesia untuk APEC di Jakarta, Jumat (5/4/2013). Menurut dia, ketiga konsep tersebut dapat menjadi acuan untuk mengakomodasi arus dan pergerakan barang-jasa serta individu di wilayah lintas Pasifik, termasuk Asia dan Amerika Selatan. Konektivitas fisik merupakan pembangunan infrastruktur perdagangan, perjalanan, energi, dan telekomunikasi yang dapat memudahkan arus ekonomi di kawasan Asia Pasifik. Menurut Wahid, Indonesia masih perlu membenahi banyak kondisi konektivitas fisik nasional dalam negeri sehingga mendukung proses aktif di ASEAN dan Asia Pasifik.

Indonesia, konektivitas dalam negeri masih rendah dengan indeks konektivitas 2,01 lebih rendah di bawah Vietnam 2,73. Namun, pertumbuhan ekonominya cukup baik di atas enam persen. Kita bisa bayangkan bagaimana pertumbuhan ekonomi jika konektivitasnya juga bagus," ujar Wahid.

Konektivitas institusional melingkupi isu-isu perdagangan dan investasi yang bersifat tidak langsung atau behind the border issues. Dalam konteks institusional juga dibahas mengenai koordinasi antarinstansi, mekanisme, dan proses ekonomi di APEC, seperti reformasi regulasi. Adapun konektivitas perorangan melingkupi pergerakan antarpenduduk dan kalangan profesional di APEC yang didorong dengan pariwisata, pendidikan, dan mobilitas tenaga kerja.

Tiga konsep konektivitas ini merupakan salah satu tema di APEC 2013, selain mewujudkan "Bogor Goals" yang membahas perluasan perdagangan, investasi, serta reformasi struktural dan kemudian tema mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan merata. (Indra Arief Pribadi/Ruslan Burhani)

.7 Penelitian Terdahulu

Guna menghindari adanya plagiatisme, beberapa hasil penelitian dan publikasi yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Penelitian

Strategi Pengembangan Pariwisata Dengan Pendekatan Konektivitas Antar Objek Wisata Dalam Konteks Eco-Wisata Di Kota Manado Sulawesi Utara

Penelitian yang dilaksanakan pada tahun 2011 ini mengupas tentang konektivitas antar objek wisata dalam konteks ecowisata di kota Manado Sulawesi utara. Kota Manado Memiliki potensi untuk mengembangkan pariwisatanya di masa depan. Konektivitas antar objek wisata di Manado dan sekitarnya belum optimal dibentuk. Taman Laut Bunaken dapat dijadikan model ekowisata bahari di Manado. Konsep ekowisata adalah konsep yang paling tepat untuk mengembangkan pariwisata di Manado pada umumnya dan Taman Laut Bunaken pada khususnya. Untuk optimalisasi konektivitas antar objek wisata maka Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Utara harus lebih berperan dalam fungsi koordinasi lintas sektoral dan lintas wilayah. Hal ini disebabkan paket lokasi wisata bukan hanya di Kota Manado, melainkan juga dengan daerah-daerah sekitar kota Manado, misalnya : Kota Bitung, Minahasa Utara, Minahasa dan Tomohon.

2.7.2 Penelitian Analisis Konektivitas Jaringan Transportasi Udara Nasional yang dilakukan oleh A Marzuqi Nursamsuri, A. Busairi, Elsa Launica, Gregoria Englin P, dan Rafika Cahyaningtyas

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung konektivitas antar bandara dalam jaringan transportasi udara nasional. Berdasar pada data konektivitas tersebut maka dapat ditentukan strategi yang tepat guna mitigasi saat terjadi penutupan bandara akibat force majeure

Sebagai negara dengan risiko kebencanaan yang tinggi, sejak dini Indonesia harus merencanakan mitigasi bencana, terutama pada sisi jaringan transportasi udara. Transportasi udara sangat rentan terhadap pengaruh akibat bencana terutama pada aspek penutupan bandara. Penutupan bandara dengan konektivitas antar bandara tinggi akan lebih banyak pengaruhnya terhadap jaringan dibandingkan dengan yang memiliki konektivitas antar bandara rendah. Secara umum bandara pengumpul akan memiliki

konektivitas lebih tinggi. Ketersediaan bandara alternatif akan membantu upaya mitigasi tersebut. Kualitas mitigasi ditentukan oleh konektivitas bandara alternatif ke kota tujuan menggunakan moda transportasi lain. Konektivitas bandara menggunakan moda transportasi lain di Pulau Jawa relatif lebih baik karena selain prasarana jalan yang memadai juga tersedia angkutan kereta api yang menghubungkan kota-kota besar. Penelitian lanjutan tentang pengembangan model simulasi transportasi udara yang diintegrasikan dengan moda transportasi lain perlu dilakukan. Model simulasi tersebut diharapkan dapat memodelkan respon jaringan transportasi udara saat terjadi penutupan bandara karena force majeure. Dengan model simulasi tersebut maka akan dapat direncanakan langkah mitigasi yang paling tepat disertai dengan upaya optimasi biaya

.8 Alur Pikir



Gambar Rerangka Berpikir Konektivitas Destinasi Pariwisata BTS,
Mandalika, dan Labuan Bajo
Sumber: diolah peneliti (2017)

BAB III

METODE PENELITIAN

.1 Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan, penelitian ini termasuk penelitian bersifat deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Cakupan/besar sumber data yang dijadikan sebagai subyek penelitian hanya sampel yang dianggap representatif. Menurut Sugiyono (2012):23) dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Selain itu, pendekatan kuantitatif digunakan karena peneliti menempatkan teori sebagai titik tolak utama atas rasa ingin tahu peneliti untuk mengukur tingkat konektivitas pembangunan destinasi wisata dalam mengembangkan pariwisata di Indonesia.

.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif menggali lebih mendalam fenomena permasalahan yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya. Dari informasi dan data yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis deskriptif. Sumber data dan informasi adalah segala sesuatu yang dapat diberikan oleh informan mengenai data baik sekunder maupun data primer tentang obyek yang akan diteliti

.3 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan kualitatif terhadap aspek-aspek yang berhubungan dengan konektivitas destinasi pariwisata di wilayah yang menjadi objek penelitian. Data yang dikumpulkan meliputi data sekunder (studi pustaka) dari sumber-sumber sebelumnya, baik dari hasil penelitian maupun publikasi, sedangkan data primer (FGD, wawancara dan penyebaran kuesioner), serta melakukan pengamatan langsung di lapangan (survei dan observasi) sebagai dasar untuk memahami potensi dan permasalahan yang dihadapi dalam pembangunan destinasi wisata. Adapun langkah-langkah dalam pengumpulan data adalah:

- a. Penelusuran Literatur dan kebijakan yang sudah dibuat, dilakukan, dan disosialisasikan oleh Kementerian Pariwisata.
- b. Persiapan survei meliputi Studi kepustakaan untuk mendapatkan gambaran keadaan kawasan daerah yang dikembangkan baik dari data sejarah maupun kondisi saat ini, menyiapkan instrumen penelitian (pedoman FGD, pedoman wawancara, daftar kuesioner), jadwal kegiatan, menyiapkan peta, peralatan lapangan, penyusunan dan pembagian tugas tim.
- c. Pelaksanaan survei meliputi berkunjung ke instansi terkait (pemerintah dan non-pemerintah) untuk mendapatkan data tertulis atau peta, serta survei lapangan untuk memperoleh informasi dengan cara pengamatan, wawancara dan dengan pihak industri pariwisata (hotel, Biro Perjalanan, Obyek Wisata) dan masyarakat serta tokoh-tokoh masyarakat.
- d. *Focus Group Discussion* (Yusuf I. A., 2011)

FGD dapat didefinisikan sebagai suatu diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terarah mengenai suatu isu atau masalah tertentu. Irwanto (Irwanto, 2006):1-2) mendefinisikan FGD adalah suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok.

Sesuai namanya, pengertian *Focus Group Discussion* (FGD) mengandung tiga kata kunci: a. Diskusi (bukan wawancara atau obrolan); b. Kelompok (bukan individual); c. Terfokus/Terarah (bukan bebas). Artinya, walaupun

hakikatnya adalah sebuah diskusi, FGD tidak sama dengan wawancara, rapat, atau obrolan beberapa orang di kafe-kafe. FGD bukan pula sekadar kumpul-kumpul beberapa orang untuk membicarakan suatu hal. Banyak orang berpendapat bahwa FGD dilakukan untuk mencari solusi atau menyelesaikan masalah. Artinya, diskusi yang dilakukan ditujukan untuk mencapai kesepakatan tertentu mengenai suatu permasalahan yang dihadapi oleh para peserta, padahal aktivitas tersebut bukanlah FGD, melainkan rapat biasa. FGD berbeda dengan arena yang semata-mata digelar untuk mencari konsensus.

Sebagai alat penelitian, FGD dapat digunakan sebagai metode primer maupun sekunder. FGD berfungsi sebagai metode primer jika digunakan sebagai satu-satunya metode penelitian atau metode utama (selain metode lainnya) pengumpulan data dalam suatu penelitian. FGD sebagai metode penelitian sekunder umumnya digunakan untuk melengkapi riset yang bersifat kuantitatif dan atau sebagai salah satu teknik triangulasi. Dalam kaitan ini, baik berkedudukan sebagai metode primer atau sekunder, data yang diperoleh dari FGD adalah data kualitatif.

Di luar fungsinya sebagai metode penelitian ilmiah, Krueger & Casey (Krueger, 2002) menyebutkan, FGD pada dasarnya juga dapat digunakan dalam berbagai ranah dan tujuan, misalnya (1) pengambilan keputusan, (2) *needs assesment*, (3) pengembangan produk atau program, (4) mengetahui kepuasan pelanggan, dan sebagainya.

- e. Penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden di masing-masing lokasi penelitian dengan metode penarikan *accidental sampling* kepada masyarakat dan pelaku usaha untuk mengetahui persepsi mereka terhadap aksesibilitas yang ada di setiap destinasi.

.4 Teknik Analisis Data

Ada dua pengukuran variabel, yaitu (1) Konektivitas dan, (2) Fasilitas Pariwisata. Dari setiap variable ditentukan sub variable dan indikator untuk masing-masing sub variabel. Penilaian terhadap indikator menggunakan interval

dengan Sangat Baik (SB), Baik (B), Cukup (C), Tidak Baik (TB), dan Sangat Tidak Baik (STB).

Data hasil FGD dan wawancara mendalam akan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threatened*). Dengan menggunakan teknik analisis dimaksud, diharapkan dapat mencapai hasil dan rekomendasi yang optimal.

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500.

BAB IV

ANALISIS KONDISI DESTINASI KEPARIWISATAAN KAWASAN KEK MANDALIKA, LABUAN BAJU, BROMO TENGGER SEMERU (BTS)

Destinasi Kepariwisataan Kawasan KEK

Mandalika 4.1.1 Analisis Kondisi Destinasi Wisata

KEK Mandalika

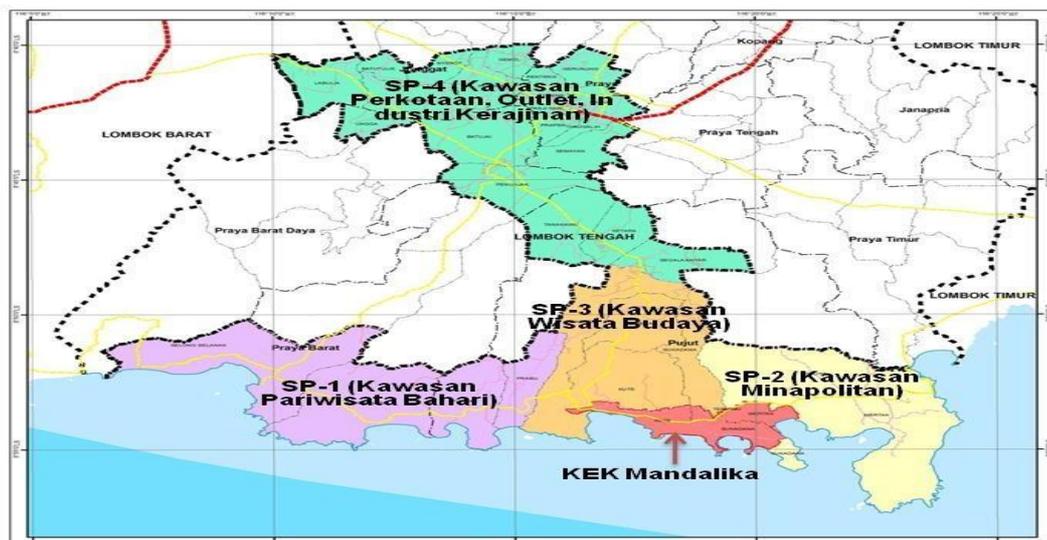
KEK Mandalika merupakan kawasan ekonomi khusus untuk pariwisata dengan luas 1.035 hektar. Potensi alam KEK Mandalika yaitu Pantai Kuta, Pantai Serenting, Tanjung Aan, Pantai Kelieuw, dan Pantai Gerupuk yang dapat menjadi destinasi baru bagi wisatawan mancanegara dan domestik. KEK Mandalika dikembangkan dan dikelola oleh PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (PPI) Persero atau *Indonesian Tourism Development Corporation (ITDC)*, sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor pengembangan kawasan pariwisata.

KEK Mandalika ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) berdasarkan PP. Nomor 52 Tahun 2014, dimana KEK Mandalika menjadi sektor unggulan untuk wisata bahari, MICE, maupun wisata budaya. Dalam perspektif destinasi wisata berdaya saing, KEK Mandalika merupakan bagian dari salah satu destinasi wisata berdaya saing internasional, yaitu menjadi bagian dalam strategi *Great Bali*,

Keterpaduan Pengembangan Destinasi Bali, Lombok-Nusa Tenggara Barat, dan Flores-Nusa Tenggara Timur.

Pada tahun 2015, Kementerian Agraria dan Tata Ruang (ATR)/Badan Pertanahan Nasional (BPN) telah mengidentifikasi kawasan KEK Mandalika yang memiliki keterkaitan serta pengaruh terhadap pengembangan KEK Mandalika itu sendiri, baik secara ruang, ekonomi, maupun infrastruktur, maupun sosial budaya yang meliputi 4 (empat) Sub Pengembangan : SP-1 (Kawasan Pariwisata Bahari), SP-2 (Kawasan Minapolitan), SP-3 (Kawasan Wisata Budaya), SP-4 (Kawasan Perkotaan, Outlet dan industri kerajinan) .

Sebagai acuan dalam mengisi ruang/pemanfaatan ruang dan pengendalian pemanfaatan ruang, disusun Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) di sekitar KEK Mandalika dengan menciptakan sinergi untuk investasi yang dapat mendukung fungsi KEK, diantaranya pembagian peran (*role sharing*) terutama terkait segmen pasar wisata serta menunjang *business process* kawasan melalui penyediaan rantai pasok industri wisata, seperti logistik, obyek wisata, kebutuhan perumahan, jasa-jasa, dan kegiatan penunjang wisata lainnya.



Pada tanggal 4 April 2017 telah disepakati Rencana Destinasi kawasan sekitar KEK Mandalika sebagai berikut:

- **Kawasan Inti:** Luas : 1.250 Ha, meliputi: Desa Sengkol; Desa Sukadana;

Desa Kuta; dan Desa Mertak.

- **Kawasan Penyangga** : semuanya berada di Kecamatan Pujut meliputi : sebagian wilayah Desa Kuta (di luar Kawasan Inti) ; sebagian wilayah Desa Rembitan ; sebagian Desa Mertak (Dusun Sereneng), sebagian Desa Sengkol (Dusun Grupuk I, Dusun Grupuk II, Dusun Ebanga) ; sebagian Desa Sukadana (di luar Kawasan Inti) dan sebagian Desa Prabu (lokasi dalam lingkup dusun)
- **Kawasan Pengaruh** : meliputi : 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Praya Barat (Desa Selong Belanak; Desa Mekarsari); Kecamatan Pujut (Desa Tumpak; Desa Prabu; Desa Sengkol; Desa Sukadana; Desa Ketara ; Desa Tanak Awu ; Desa Gapura (Kec. Pujut); Desa Teruwai ; Desa Pengengat ; Desa Mertak ; Desa Bangket Parak) dan Kecamatan Praya Timur (Desa Kidang; Desa Bilelando).

Konsep pengelolaan KEK Mandalika adalah sebagai gerbang wisata bahari dan budaya dan ikon wisata Indonesia. Dengan konsep ini diharapkan mampu menarik 4 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2019.

Gambaran umum kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara dari tahun ke tahun terjadi peningkatan yang signifikan, hal ini dapat dilihat dari table data kunjungan wisman dan wisnus dalam lima tahun terakhir yakni dari tahun 2014 sampai 2016.

Tabel : Data Kunjungan wisman dan wisnus dari tahun 2014-2016 ke Mandalika Lombok

NO	TAHUN	WISNUS	WISMAN
1	2014	198.129	563.247
2	2015	127.005	436.901
3	2016	134.752	480.154

(Sumber: BPS Kab. Lombok tengah)

a. Pemasaran & Promosi

Selama tiga dasa warsa pembangunan kepariwisataan di Lombok, pemasaran pariwisata masih dilakukan secara parsial dan terpisah-pisah antara pelaku usaha pariwisata yang satu dan lainnya. Lombok belum memiliki konsep pemasaran yang terpadu yang dapat diadopsi oleh semua pengusaha pariwisata. Inisiasi dan biaya pemasaran pariwisata sebagian besar berasal dari kalangan industri. Oleh karena itu, tujuan pemasaran masih berorientasi pada profit masing-masing perusahaan, bukan kepada pembangunan citra destinasi dan produk wisata.

Pada umumnya, promosi pariwisata masih dilakukan secara konvensional, yakni dengan menghadiri pasar wisata di dalam dan luar negeri antara lain: pasar pariwisata Jakarta, Asean Travel Forum (ATF), World Travel Mart (WTM) London, dan Internationale Tourismus-Börse (ITB) Berlin. Alat promosi pariwisata masih mengandalkan media cetak dan elektronik seperti brosur, pamflet, majalah, DVD, dan USB. Namun demikian hampir semua tour operator dan hotel memiliki website, dan telah mulai melakukan promosi secara online. Kelemahan utama pemasaran pariwisata Lombok saat ini adalah bahwa para pelaku usaha pariwisata belum memiliki koordinasi pemasaran yang baik, maupun informasi terpadu tentang destinasi yang dipasarkan.

Di samping itu, kuantitas dan kualitas pemasaran masih sangat rendah. Sebagai contoh, belum banyak alat promosi, seperti brosur, majalah, dan materi promosi lainnya yang disediakan di tempat-tempat strategis seperti pelabuhan dan bandara. Kalaupun ada, informasi yang diberikan sangat terbatas dan sudah tidak relevan lagi. Padahal peran alat promosi seperti brosur dan majalah sangat efektif dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Lombok perlu memiliki sistem pemasaran terpadu yang memberikan informasi kepariwisataan secara luas.



Pemasaran produk pariwisata Lombok dimasa yang akan datang masih mengandalkan pendekatan konvensional dan online, dengan penekanan pada pemasaran online. Hal ini menjadi tugas pemerintah untuk berperan lebih dalam melakukan pemasaran bersama dengan pihak swasta, yaitu dengan membangun kemitraan pemerintah-swasta sehingga masing-masing pihak mempunyai rasa tanggung jawab yang besar dan dapat melakukan upaya-upaya pemasaran secara terpadu dan terkoordinasi.

KEK Mandalika Lombok perlu segera memiliki brand image yang mewakili dan menjadi ciri khas Lombok sebagai produk pariwisata. Branding pariwisata Lombok harus dibuat sesuai dengan karakteristik produk pariwisata yang dijual, mengingat sebagian besar pelaku usaha pariwisata mengandalkan wisata alam sebagai basis utama produk yang mereka tawarkan.

KEK Mandalika juga perlu memiliki basis data untuk menyimpan berbagai data kepariwisataan yang dapat dijadikan acuan bersama dalam pemasaran pariwisata, sehingga setiap pelaku usaha memiliki informasi yang sama tentang destinasi yang dipasarkan.

Sangat direkomendasikan untuk fokus terhadap kegiatan pemasaran dan promosi dalam:

- Menarik lebih banyak pasar domestik;
- Memanfaatkan pertumbuhan pasar saat ini, meningkatkan rata-rata lama menginap, mendorong kunjungan berulang (repeater), mempromosikan Lombok secara keseluruhan, menciptakan musim kunjungan yang lebih panjang pada saat musim penghujan;
- Menarik pasar yang berpotensi memiliki tingkat pengeluaran (expenditure) yang lebih tinggi;
- Menarik pasar internasional yang juga berkunjung ke pulau tetangga, Bali; dan

- Memperluas pasar melalui media e-marketing dan jaringan pariwisata internasional. Dilihat dari pasarnya, Lombok memiliki pasar kunci dan pasar potensial. Gambar berikut menunjukkan kedua pasar beserta segmen yang diminati oleh masing-masing pasar:

b. Pasar saat ini

Data kepariwisataan menunjukkan bahwa KEK Mandalika Lombok memiliki empat segmen pasar yang berbeda berdasarkan kawasan yakni Amerika, Eropa, ASEAN dan negara-negara Asia Pasifik lainnya. Dari keempat kawasan tersebut wisatawan mancanegara (wisman) yang berwisata ke NTB selama ini masih didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Australia dan Eropa.

Kondisi geografis KEK Mandalika Lombok, Australia merupakan pasar yang sangat potensial untuk dikembangkan. Selama ini, Bali menjadi penghubung bagi wisatawan Australia untuk berkunjung ke Lombok. Hal ini menjadi salah satu alasan untuk membuka jalur penerbangan langsung dari kota-kota besar di Australia ke Lombok dan sebaliknya. Selain itu, dua pasar terbesar yaitu pasar domestik dan pasar Eropa juga perlu diperhatikan agar tetap meningkat dari waktu ke waktu.

c. Pasar Domestik

Jumlah wisatawan domestik meningkat dari tahun ke tahun yang berkunjung ke Lombok. Meningkatnya jumlah wisatawan domestic disebabkan karena gencarnya promosi yang dilakukan dalam menjual KEK Mandalika Lombok sebagai destinasi wisata MICE, dimana selama ini telah menjadikan Lombok sebagai salah satu destinasi MICE utama di Indonesia. Apalagi didukung oleh Bandara Internasional Lombok (BIL) dan penambahan jumlah penerbangan dari dan ke Lombok dalam tiga tahun terakhir. Fenomena ini membuka peluang bagi pengembangan pasar wisata dalam negeri

yang biaya dan strategi pemasarannya lebih murah dari pasar luar negeri.

d. Potensi Pasar Cina

Asia tetap merupakan kunci penggerak pertumbuhan pasar pariwisata di dunia dalam beberapa tahun terakhir. Forum World Travel Monitor mengharapkan Asia kembali memberikan kontribusi pertumbuhan sebesar 8% untuk perjalanan luar negeri di tahun 2018. Cina merupakan salah satu negara yang berpeluang menjadi pemimpin di sektor perjalanan luar negeri, bersama dengan beberapa negara Eropa seperti Jerman dan Amerika. Pasar Asia sebagian besar melakukan perjalanan di dalam wilayahnya sendiri dan tercatat 75% melakukan perjalanan ke negara Asia lainnya di tahun 2013.

Cina memiliki pertumbuhan ekonomi yang tinggi dalam sepuluh tahun terakhir, yang mendorong munculnya kelas kelas elit Cina dengan kemampuan untuk bepergian ke luar negeri. Travel China Guide (2014) mencatat sekitar 98,19 juta wisatawan asal Cina melakukan kunjungan ke luar negeri pada tahun 2013. Jumlah tersebut meningkat 18% dari tahun sebelumnya. Walaupun mayoritas wisatawan Cina masih memilih Hongkong, Thailand, dan Korea Selatan sebagai tiga destinasi utama tujuan berwisata, namun perlu dipertimbangkan untuk menargetkan jumlah kunjungan yang lebih besar dari wisatawan Cina ke Lombok pada masa yang akan datang.

e. Potensi Pasar Rusia

Rusia memiliki 142 juta penduduk dengan GDP per kapita sebesar 10.740 US\$ pada tahun 2009. Jumlah wisatawan Rusia yang bepergian ke luar negeri pada tahun 2012 tercatat sebanyak 35,7 juta wisatawan, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan rata-rata 17% per tahun sampai dengan tahun 2017 (Travelnewsdigest, 2014).

Dalam beberapa tahun terakhir, Rusia menjadi salah satu penyumbang wisatawan terbesar untuk Eropa dan ASEAN. Pada tahun 2014, perkembangan pasar Rusia mengalami penurunan disebabkan sanksi internasional karena krisis Ukraina, inflasi dan turunnya harga minyak secara terus menerus, sehingga menghasilkan penurunan yang signifikan harga mata uang rubel terhadap mata uang lainnya. Walaupun terdapat banyak isu, wisatawan Rusia tetap melakukan perjalanan ke luar negeri dan perkiraan untuk tahun 2015 tetap positif, meskipun dengan pertumbuhan yang lebih lambat.

Pasar pariwisata Rusia perlu dijajaki lebih jauh untuk pengembangan pasar pariwisata Lombok mengingat karakteristik wisatawan Rusia sangat sesuai dengan produk pariwisata yang ditawarkan Lombok. Pasar Rusia merupakan pasar 'sun and beach holiday'. Untuk perjalanan jarak jauh, destinasi favorit pasar Rusia yaitu Cina dan Thailand. Pada tahun 2012, pulau Bali berhasil menarik kunjungan turis Rusia sebanyak kurang lebih 95.000 orang. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kunjungan turis Rusia ke pulau Lombok. Disamping itu, Rusia memiliki segmen pasar yang cukup kuat untuk pariwisata petualangan seperti pendakian gunung, yang menjadi salah satu unique selling point andalan Lombok. Untuk memasuki pasar Rusia, Lombok dapat membangun jaringan pemasaran dengan para tour operator di Thailand yang selama ini menjadi destinasi favorit wisatawan Rusia, dan menawarkan paket lanjutan ke Lombok.

f. Potensi Pasar ASEAN

Pasar ASEAN untuk pariwisata Lombok yang dipimpin oleh Singapura, tidak menunjukkan peningkatan kontribusi yang berarti. Selama tiga dasawarsa pembangunan kepariwisataan Lombok, pangsa pasar wisata ASEAN belum pernah berkontribusi lebih dari

3% jumlah kunjungan wisata. Namun demikian, secara parsial, jumlah wisatawan Singapura memberikan pengaruh cukup signifikan. Hal ini bisa jadi didukung oleh keberadaan penerbangan langsung Silk Air dari Singapura ke Lombok. Negara ASEAN lainnya yang memiliki potensi pengembangan pasar adalah Malaysia. Dengan adanya penerbangan Air Asia ke dan dari Malaysia diharapkan akan dapat meningkatkan jumlah wisatawan dari negeri jiran tersebut.

Keberadaan penerbangan langsung ke dan dari Singapura dan Malaysia merupakan jalur strategis untuk masuknya wisatawan asal Eropa ke Lombok. Dengan pendekatan yang sama kedepannya diharapkan dapat dibuka rute baru penerbangan dari dan ke Thailand. Rute tersebut diharapkan tidak hanya akan meningkatkan jumlah wisatawan ASEAN tetapi juga wisatawan yang menjadikan Thailand sebagai favorit destinasi seperti wisatawan Eropa khususnya Rusia dan Jerman

g. Potensi Pasar Timur Tengah

Diinspirasi oleh jumlah penduduk yang mayoritas beragama Islam, dan sebutan Lombok sebagai pulau seribu masjid, Lombok telah dicanangkan menjadi salah satu destinasi wisata syariah di Indonesia yang diidentifikasi oleh Kementerian Pariwisata. Status ini menstimulasi munculnya gagasan untuk memasarkan produk pariwisata Lombok ke pasar Timur Tengah khususnya negara Arab Saudi, Bahrain, Uni Emirat Arab, Kuwait, Oman, dan Qatar. Namun ada dua hal yang harus dipertimbangkan sebelum menargetkan kedua negara tersebut sebagai pasar pariwisata Lombok.

Analisis Kondisi Daya Tarik Wisata KEK Mandalika

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Empat kelompok produk pariwisata yang dimiliki Kek Mandalika Lombok, sebagian besar berupa produk wisata alam dan obyek wisata yang belum dibangun dan dikembangkan dengan optimal. Obyek-obyek wisata unggulan yang menjadi produk wisata KEK Mandalika Lombok adalah: wisata Bahari, Pantai, Budaya, dan buatan.

NO	TAHUN	ALAM	BUDAYA	BUATAN
1	2015	19	7	-
2	2016	19	9	4

Sumber: Statistik Kepariwisata Kab. Lombok Tengah

Analisis Kondisi Fasilitas Pariwisata KEK Mandalika

Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata. Fasilitas pariwisata yang terdapat di KEK Mandalika terdiri atas Hotel berbintang, Restaurant, Homestay, biro perjalanan

Jumlah hotel dan jasa akomodasi di KEK Mandalika terus bertambah seiring banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke KEK Mandalika. Hingga akhir tahun 2016, di KEK Mandalika tercatat 51 usaha akomodasi yang terdiri dari 8 hotel bintang, 23 hotel melati, dan 16 jasa akomodasi lainnya. Dari delapan hotel bintang, satu diantaranya merupakan hotel bintang empat, empat diantaranya merupakan hotel bintang tiga, dan tiga lainnya merupakan hotel bintang satu.

NO	TAHUN	HOTEL	RESTORAN	BPW
1	2014	25	-	-
2	2015	51	99	-
3	2016	50	99	44

Sumber: Dispar Kab. Lombok Tengah

.1.4 Analisis Kondisi Aksesibilitas KEK Mandalika

Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam



wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.

Akses menuju KEK Mandalika Lombok dapat ditempuh melalui jalur udara dan laut, dengan tiga pintu masuk utama yakni BIL (Bandara Internasional Lombok), Pelabuhan Lembar, dan Pelabuhan Kayangan. Untuk penerbangan domestik, Lombok dapat diakses melalui Jakarta, Surabaya, Makassar, Bali, Yogyakarta dan Bima, dengan penerbangan terbanyak berasal dari Bali. Sementara itu, terdapat tiga penerbangan internasional ke Lombok yakni dari Singapura dan Malaysia, dan Korea Selatan. Sementara untuk jalur laut, Lombok terhubung dengan pelabuhan Padang Bai di Bali dan Poto Tano di Sumbawa. Terdapat feri setiap jam dari dan ke kedua pelabuhan tersebut. Juga terdapat kapal cepat yang secara berkala datang dari Benoa Bali ke Teluk Nare dan Gili Trawangan di Utara Lombok dan dari Serangan, Bali ke Marina del Ray di Gili Gede. Untuk membangun dan mengembangkan industri pariwisata, Lombok perlu menambah akses masuk wisatawan lebih banyak lagi, dengan cara menambah dan membuka rute penerbangan baik domestik maupun internasional. Untuk domestik, penerbangan-penerbangan ke dan dari Jakarta, Surabaya, Makassar, dan Bali perlu diperbanyak. Sementara itu perlu dibuka pula rute penerbangan baru ke daerah-daerah seperti Flores dan Kupang untuk menjadikan Lombok sebagai pintu gerbang menuju Indonesia bagian timur.

Untuk penerbangan internasional, penerbangan dari dan ke Singapura Korea Selatan dan Kuala Lumpur di Malaysia perlu ditambah intensitasnya. Lombok juga harus menggenjarkan promosi kepariwisataan di kawasan ASEAN dan Asia Pasifik lain untuk meningkatkan jumlah wisatawan dari kawasan tersebut. Meningkatnya jumlah wisatawan ASEAN dan Asia Pasifik ke Lombok akan menarik minat maskapai-maskapai penerbangan besar seperti Quantas, Virgin Blue, Cathay Pacific dan Jet Star untuk membuka rute penerbangan ke

Lombok. Sedangkan Data Jumlah transportasi udara dan laut di Lombok sebanyak 16.405 di tahun 2016 (*Sumber: BPS kab. Loteng*)

Analisis Penerapan Kebijakan Kepariwisata KEK Mandalika

Menpar mengatakan tahun 2016 diperkirakan lebih dari 1,5 juta warga Malaysia berdatangan ke berbagai destinasi wisata di Tanah Air – dengan estimasi akan tumbuh sebesar 9,26% pada tahun 2017 mendatang.

Kebijakan baru di bidang Pariwisata yang memudahkan pelancong asal Malaysia ke Indonesia antara lain mengenai bertambahnya jumlah Tempat Pemeriksaan Imigrasi (TPI) bagi wisawatan asal Malaysia, peraturan baru yang menghapuskan peraturan mengenai Clearance Approval for Indonesia Territory (CAIT) sehingga memudahkan perahu layar pesiar (yacht) masuk ke wilayah Indonesia melalui 18 pelabuhan di Indonesia, dan menghapuskan Asas Cabotage kemudahan singgah kapal pesiar (cruise) untuk menaikkan dan menurunkan penumpang di lima pelabuhan di Indonesia (paradiso, 2015)

a. Pembangunan Kepariwisata dalam Perspektif kebijakan pembangunan kepariwisataan

Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Pembangunan kepariwisataan harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat lokal di seluruh tanah air. Sudah menjadi kewajiban pemerintah untuk memberikan kesempatan kepada warga negaranya untuk dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan melalui kepariwisataan. Huruf c konsideran Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 menegaskan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai



agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta kepentingan nasional.

Pasal 6 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 menjelaskan, pembangunan kepariwisataan diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Rumusan arah kepariwisataan yang lebih operasional tertuang dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata menerangkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan dengan memperhatikan:

- a. Kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya;
- b. Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat;
- c. Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup; dan d. Kelangsungan usaha wisata.

Pada pasal selanjutnya dikemukakan bahwa lingkup pembangunan kepariwisataan meliputi: a) Industri Parawisata, b) Destinasi Parawisata, c) Pemasaran dan d) Kelembagaan Kepariwisata.

Prinsip-prinsip penyelenggaraan kepariwisataan yaitu: (a). menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan; b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal; (c). memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas; (d.) memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup; (e). memberdayakan masyarakat setempat; (f). menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah,

serta keterpaduan antar pemangku kepentingan; (g). mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan (h). memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Agar kondisi yang mendukung penyelenggaraan kepariwisataan dapat terlaksana, maka pembangunan kepariwisataan di daerah dilakukan berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPKD) Provinsi dan Kabupaten/Kota yang diatur dengan Peraturan Daerah. Dari sini dapat diketahui bersama bahwa daerah memiliki kewenangan pula dalam menyelenggarakan kepariwisataan berdasarkan Rencana Induk pembangunan Kepariwisata Daerah. Demikian pula halnya dengan Provinsi Nusa Tenggara Barat, serta Kabupaten Lombok Tengah, sebagai daerah KEK Mandalika yang memiliki beberapa keistimewaan, maka kebijakan kepariwisataan dimaksud menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam implementasi keistimewaan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Rencana induk pengembangan kepariwisataan secara nasional ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah. Sedangkan untuk provinsi, kabupaten/kota ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Pemerintah daerah harus menyiapkan rencana induk penyelenggaraan kepariwisataan di daerahnya, tidak hanya peraturan daerah yang mengatur tentang retribusi, izin usaha pariwisata, dan retribusi tempat rekreasi.

Pembangunan kepariwisataan selain melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; juga memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antarbangsa.

Dengan demikian, penyelenggaraan dan pengelolaan usaha pariwisata mau tidak mau harus diurus dan dikelola secara profesional. Hal ini memerlukan peraturan-peraturan daerah yang memuat dan mengatur pengurusan dan pengelolaan kepariwisataan mengarah pada usaha

kepariwisataan yang bermutu dan sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan. peraturan-peraturan daerah dibuat dalam usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi atau menghapus kemiskinan, dengan memberikan perspektif bagi pengembangan dunia usaha pariwisata, tidak hanya mengejar redistribusi semata.

b. Peraturan Kepariwisata di Nusa Tenggara Barat

Nusa Tenggara Barat adalah daerah Provinsi yang merupakan kesatuan masyarakat hukum yang bersifat istimewa dan diberi kewenangan khusus untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945, yang dipimpin oleh seorang gubernur.

Penyelenggaraan kepariwisataan NTB berfungsi: mensyukuri nikmat Allah SWT; meningkatkan rasa cinta dan kebanggaan terhadap tanah air; meningkatkan taraf hidup jasmani dan rohani; menambah pengetahuan dan pengalaman; dan membangun jiwa kewirausahaan.

Penyelenggaraan kepariwisataan NTB berasaskan: syariah; kenyamanan; keadilan; kerakyatan; kebersamaan; kelestarian; keterbukaan; dan adat, budaya dan kearifan lokal.

Penyelenggaraan kepariwisataan di NTB merupakan upaya untuk mewujudkan peningkatan kesejahteraan rakyat melalui perluasan dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan dan meningkatkan pendapatan NTB, menumbuhkan rasa cinta tanah air, serta melestarikan sejarah dan budayanya.

Penyelenggaraan kepariwisataan NTB bertujuan: melestarikan, mempromosikan, mendayagunakan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata; mengangkat nilai-nilai sejarah dan budaya NTB yang islami sebagai daya tarik wisata; memperluas lapangan kerja dan pemerataan kesempatan berusaha; dan meningkatkan Pendapatan Asli NTB menuju kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

Usaha pariwisata digolongkan dalam 3 (tiga) jenis, yaitu: (a) usaha jasa pariwisata; (b) perusahaan objek dan daya tarik wisata; dan (c) usaha sarana pariwisata. Selain itu, Pemerintah NTB berwenang menetapkan usaha pariwisata lainnya.

Pengembangan Usaha Pariwisata NTB ditujukan untuk tercapainya manfaat yang sebesar-besarnya untuk meningkatkan ekonomi bagi masyarakat, terutama masyarakat sekitar objek dan daya tarik wisata, dan akselerasi pembangunan NTB. Untuk mencapai tujuan dimaksud, Pemerintah NTB melaksanakan pembinaan, pengendalian, perizinan dan pengawasan usaha secara terpadu, terarah dan bertanggung jawab dengan menjaga kelangsungan usaha pariwisata bagi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Usaha Jasa Pariwisata meliputi: jasa wisata syariat; jasa biro perjalanan wisata; jasa pramuwisata; jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran; jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; jasa konsultan pariwisata; jasa informasi pariwisata; jasa makanan dan minuman; jasa penyediaan akomodasi; jasa spa; dan jasa wisata kesehatan.

Objek dan daya tarik wisata di NTB digolongkan berdasarkan jenis dan pemanfaatannya. Objek dan daya tarik wisata terdiri atas:

- 1 Objek dan daya tarik wisata ciptaan Allah yang berwujud alam, flora, dan fauna;

- 2 Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia seperti museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan; Selain objek dan daya tarik wisata tersebut, Pemerintah NTB dapat pula menetapkan objek dan daya tarik wisata lainnya.

Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan: nilai-nilai Islam, adat-istiadat, serta kearifan lokal,



kehidupan ekonomi dan sosial budaya, kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup, dan kelangsungan usaha pariwisata.

Pengelola hotel berbintang berkewajiban:

- 1 memberi kenyamanan kepada tamu hotel;
- 2 memberi laporan singkat tentang penghunian kamar secara berkala setiap 3 (tiga) bulan kepada gubernur melalui instansi yang menangani bidang kepariwisataan NTB;
- 3 memberikan kesempatan kepada pihak yang berwenang untuk melakukan pemeriksaan apabila dibutuhkan;
- 4 menjaga dan mencegah penggunaan hotel berbintang dari kegiatan yang dapat mengganggu keamanan dan ketertiban umum serta melanggar syariat Islam;
- 5 melakukan upaya peningkatan sumber daya manusia secara terus menerus berdasarkan standarisasi dan sertifikasi kompetensi;
- 6 memelihara higienis dan sanitasi dalam hotel dan lingkungan pekarangannya;
- 7..menetapkan persyaratan penghunian kamar, termasuk tarif kamar yang diletakkan pada tempat yang mudah dilihat dan dibaca oleh tamu hotel;
- 8 melampirkan perubahan persetujuan prinsip dan izin usaha pada setiap perubahan nama atau pemindahtanganan pemilik hotel berbintang.

Masyarakat, tokoh adat, dan ulama memiliki kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperanserta dalam penyelenggaraan kepariwisataan NTB. Peran serta masyarakat tersebut berupa pemberian saran,..... pertimbangan, pendapat, tanggapan, masukan terhadap

pengembangan kepariwisataan, dan berperan aktif dalam pengelolaan objek wisata serta pengawasan penyelenggaraan kepariwisataan NTB.

Masyarakat dapat membentuk kelompok-kelompok masyarakat pariwisata yang disebut dengan kelompok sadar wisata pada kawasan

objek wisata. Kelompok masyarakat wisata dibina oleh Instansi yang menangani bidang kepariwisataan. Kelompok masyarakat pariwisata yang dibentuk secara resmi, dapat melaksanakan segala kegiatan pariwisata di daerahnya sesuai dengan syariat Islam. Kelompok masyarakat pariwisata berperanserta dalam memberikan saran, pertimbangan, pendapat, tanggapan dan masukan terhadap arah kebijakan pengembangan pariwisata NTB.

Tugas Pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat berupa:

- a. memberikan pembinaan dan penyuluhan kepada masyarakat;
- b. melaksanakan pengembangan teknis ketenagakerjaan dan standarisasi;
- c. menerbitkan lisensi dan sertifikasi tenaga kerja pariwisata; dan
- d. melaksanakan pengembangan dan pemantapan kelembagaan pariwisata.

Tugas pembinaan tenaga kerja pada sektor pariwisata termasuk pendataan, dan pengembangan SDM bidang pariwisata. Perlindungan tenaga kerja sesuai dengan standar dan Peraturan Perundang-undangan.

Pemerintah berkewajiban untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas tenaga kerja di bidang pariwisata termasuk melaksanakan pendidikan, pelatihan serta menghimbau usaha pariwisata untuk dapat mempekerjakan tenaga kerja lokal.

Pemerintah berkewajiban mendidik, memberdayakan dan mengeluarkan lisensi pramuwisata serta memantau keberadaannya dalam melaksanakan tugasnya. Pemerintah berkewajiban membina asosiasi dan lembaga pariwisata di NTB.

Tugas Pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat berupa memberikan penyuluhan kepada masyarakat, pengembangan teknis ketenagakerjaan dan standarisasi lisensi tenaga kerja pariwisata serta pengembangan lembaga pariwisata NTB.



c. Larangan di Tempat-Tempat Wisata

Sesuai dengan Perda NTB No 2 Th 2016 tentang Pariwisata Halal, di tempat-tempat wisata setiap orang

dilarang:

- 1) meminum minuman keras dan mengkonsumsi barang yang memabukkan lainnya;
- 2) melakukan perbuatan asusila;
- 3) berjudi/maisir; dan/atau
- 4) merusak sebagian atau seluruh fisik objek dan daya tarik wisata.

Analisis Kondisi Pengembangan SDM Pariwisata KEK Mandalika

Suku Sasak adalah penduduk asli Lombok yang mendiami lebih dari 2/3 pulau ini. Juga terdapat suku Samawa dan Mbojo yang berasal dari Pulau Sumbawa, suku Bali yang sudah berada di Lombok sejak permulaan abad ke 15, dan sekelompok kecil keturunan Cina dan Arab yang diperkirakan telah mendiami pulau Lombok sejak ratusan tahun silam. Mayoritas penduduk Lombok, terutama suku Sasak, Samawa, dan Mbojo, beragama Islam. Walaupun demikian, seni budaya masyarakat di pulau Lombok, seperti musik dan tarian, lebih banyak dipengaruhi kebudayaan Hindu dari pada Islam.

Jumlah penduduk Pulau Lombok pada tahun 2013 tercatat sebanyak 3,2 juta jiwa atau 70% dari jumlah penduduk Provinsi NTB, yang terbagi menjadi 1,5 juta laki-laki dan 1,7 juta perempuan.

Persebaran penduduk menurut jenis kelamin seperti yang terjadi di Pulau Lombok sangat mendukung pengembangan industri pariwisata, mengingat pengembangan industri pariwisata yang merupakan industri berbasis layanan hospitality sangat membutuhkan tersedianya tenaga kerja perempuan. Saat ini, industri pariwisata di Lombok menyerap lebih banyak tenaga kerja perempuan dibandingkan tenaga kerja laki-laki, yang terlihat dari

serapan tenaga kerja per-sektor di Lombok di mana proporsi tenaga kerja perempuan yang bekerja di sektor perdagangan, hotel dan restoran sebesar 28,86 %, sementara tenaga kerja laki-laki hanya sebesar 12,30 %.

Beberapa penelitian mengindikasikan tantangan pembangunan KEK Mandalika sebagai destinasi khusus pariwisata di Lombok berasal dari lemahnya peran serta masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata. Hal ini dikarenakan pengetahuan dan keterampilan kepariwisataan yang rendah serta kurangnya pemberdayaan oleh pemerintah setempat. Akibatnya, sektor pariwisata di daerah ini, terutama investasi pariwisata, masih didominasi oleh pendatang dari luar Lombok.

Hal-hal yang menjadi isu sosial dalam pengembangan pariwisata KEK Mandalika antara lain mengenai kepemilikan lahan. Selain itu kepemilikan usaha wisata dan aktivitas wisata yang mayoritas dilakukan oleh para pendatang sangat rentan terhadap gesekan sosial di masyarakat. Untuk itu sangat diperlukan pemberdayaan masyarakat lokal sebagai subyek sekaligus obyek pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan.

Masyarakat di sekitar destinasi pariwisata KEK Mandalika memiliki antusiasme yang tinggi dalam melihat sektor pariwisata sebagai peluang ekonomis. Antusiasme tersebut menjadi modal yang sangat berharga dalam membenahi dan membangun KEK Mandalika sebagai destinasi pariwisata Lombok. Meski demikian masyarakat tetap perlu dididik agar mampu menjadi motor penggerak aktivitas dan bisnis kepariwisataan di tempat masing-masing.

Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat membutuhkan strategi khusus, misalnya dengan melibatkan pemimpin informal seperti ketua adat, ulama, dan tokoh masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat sekitar KEK Mandalika memiliki karakteristik paternalistik yakni kecenderungan mengikuti arahan dan



rekomendasi pemimpin non formal atau orang yang dituakan di wilayah masing-masing. Di samping itu pendidikan pariwisata tersebut juga membutuhkan dukungan para pendidik di sekolah-sekolah mulai dari tingkat dasar, menengah maupun atas. Perlu mengikutsertakan pariwisata dalam kurikulum muatan lokal (mulok) di sekolah masing-masing, agar dapat memberikan informasi dan pengajaran awal kepada peserta didik guna mendorong peserta didik membangun karier yang berkaitan dengan pariwisata.

Analisis SWOT Destinasi KEK Mandalika

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (Strengths) KEK Mandalika	Peluang (Opportunities) KEK Mandalika
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posisi geografis yang strategis; 2. Infrastruktur pariwisata yang memadai 3. Hamparan pantai dan ombak; 3. Pulau-pulau kecil lengkap dengan pantai, ombak, dan keberagaman hayati bawah air; 4. Keberagaman budaya (agama, adat istiadat, tarian, musik, arsitektur lokal, kuliner, souvenir). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membaiknya pasar pariwisata nasional; 2. Adanya keinginan yang kuat dari wisatawan domestik dan mancanegara untuk mendapatkan pengalaman wisata yang unik dan berkelanjutan; 3. Beroperasinya Bandara Internasional Lombok; 4. Munculnya beberapa institusi pendidikan tinggi kepariwisataan; 5. Perhatian pemerintah pusat terhadap pembangunan kepariwisataan di Lombok.
Kelemahan (Weaknesses) KEK Mandalika	Ancaman (Threats) KEK Mandalika
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga kerja pariwisata profesional; 2. Sistem pengelolaan pariwisata yang masih belum terpadu; 3. Lemahnya sistem manajemen yang mengikutsertakan masyarakat lokal dalam aktivitas kepariwisataan; 4. Isu keamanan lokal (aksi kriminalitas) masih tinggi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesatnya pembangunan infrastruktur kepariwisataan termasuk kualitas SDM yang lebih tinggi di destinasi lain yang berdekatan; 2. Kondisi ekonomi, sosial, dan politik dunia yang masih belum kondusif; 3. Adanya dampak dari perubahan iklim 4. Meningkatnya kunjungan wisatawan yang mengakibatkan meningkatnya carbon port print

Destinasi Kepariwisata Labuan Bajo

Analisis Kondisi Pariwisata Labuan Bajo

Labuan Bajo merupakan salah satu destinasi prioritas dari 10 destinasi wisata yang berada di kawasan Indonesia timur. Labuan Bajo merupakan pintu gerbang masuk menuju Taman Nasional Komodo. Taman Nasional Komodo merupakan cagar alam tempat melindungi hewan purba yang masih hidup sampai saat ini dan hanya satu satunya di dunia yakni hewan komodo. Tempat hidup dan berkembang biaknya hewan ini terdapat di tiga pulau yakni Pulau Rinca, Pulau Padar dan Pulau Komodo dengan jumlah

populasinya kurang dari 3.000 ekor. Disamping hewan komodo sebagai ikon utama destinasi Labuan Bajo, juga terdapat beberapa destinasi wisata yang indah dan menarik seperti goa cermin, pink sea, dan beberapa destinasi lainnya. Labuan Bajo mulai dikembangkan sebagai destinasi nasional sejak tahun 2012 dan pengelolaannya diserahkan kepada Pemerintah Daerah Manggarai Barat.



Peta Taman nasional Komodo (Sumber : dephut.go.id)

Konsep pengelolaan destinasi Labuan Bajo adalah sebagai gerbang ekowisata dan ikon wisata Indonesia dengan mengintegrasikan pengelolaan industri pariwisata dan konservasi alam. Dengan konsep ini diharapkan mampu menarik 500 ribu wisatawan mancanegara pada tahun 2019.

Gambaran umum kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara dari tahun ke tahun terjadi peningkatan yang signifikan, hal ini dapat dilihat dari table data kunjungan wisman dan wisnus dalam lima tahun terakhir yakni dari tahun 2012 sampai 2016.

Tabel : Data Kunjungan wisman dan wisnus dari tahun 2013-2017 ke Labuan Bajo

NO	TAHUN	WISNUS	WISMAN
1	2013	7,825	35,475
2	2014	11,469	43,681
3	2015	15,754	45,372
4	2016	29,377	54,335
5	2017	31,621 (November)	49,979 (November)

(Sumber: Dispar Kab. Manggarai barat 2017)

Target pasar Labuan Bajo untuk wisatawan mancanegara adalah Australia, Jerman, Perancis, Amerika Serikat, Belanda, Inggris, Singapura, Thailand, Jepang, Timor Leste. Sedangkan target pasar untuk wisatawan nusantara adalah kota-kota yang terdapat di Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, NTB, Bali, Maluku dan Papua

Untuk mendorong peningkatan arus wisman masuk Labuan Bajo melalui jalur udara diperlukan Peningkatan Status Bandara Komodo menjadi Bandara Internasional, sedangkan melalui jalur laut diperlukan alih fungsi dermaga Labuan Bajo dari pelabuhan barang dan penumpang menjadi dermaga Cruise. Untuk memperbaiki konektivitas dalam kawasan destinasi Labuan bajo perlu peningkatan jaringan jalan dan jembatan dengan membentuk jalan lingkar kota.

Analisis Kondisi Daya Tarik Wisata Labuan Bajo

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Daya tarik wisata yang terdapat Labuhan Bajo terdiri atas daya tarik wisata Alam, Pantai, dan Budaya. Daya tarik Alam terdapat beberapa destinasi seperti: Taman Nasional Komodo terdapat di tiga pulau yakni (Pulau Rinca, Pulau Padar, dan Pulau Komodo), Danau Sano Nggoang, Cunca Rami, Cunca Wulang, Hutan Mbeiling, Puncak Waringin, Batu Cermin, Danau Sanongoang, Air Tertjun Cunca, Golo Curu,, Gunung Ranaka, Gua Liang Bua, dan Danau Ranamese. Daya Tarik Budaya antara lain Kampung Tado, Kampung Ruteng, dan Desa Cecer. Daya Tarik Pantai antara lain Pantai Pedes, Pulau Seraya Kecil, Pantai Waicicu, Pantai Batu Gosok, dan Pink Sea. Berdasarkan Data Tahun 2016 dari Dispar Manggarai Barat jumlah Daya Tarik Alam Labuan Bajo sebesar 68 dan Daya Tarik Buatan sebesar 1 daya tarik.

a. Keanekaragaman Hayati

1. Potensi Flora

Ekosistem Taman Nasional Komodo dipengaruhi oleh iklim yang dihasilkan dari [musim kemarau](#) panjang, suhu udara tinggi dan curah hujan rendah. Disamping itu Taman Nasional Komodo terletak dalam zonasi transisi antara flora dan fauna [Asia](#) dan [Australia](#). Ekosistem perairannya dipengaruhi oleh dampak [El-Nino/La Nina](#), yang berakibat memanasnya lapisan air laut di sekitarnya dan sering terjadi arus laut yang kuat. Berikut adalah tipe-tipe vegetasi yang terdapat di Taman Nasional Komodo ;

2. Padang Rumput dan Hutan Savana

Terdapat [Padang Rumput](#) dan [Hutan Savana](#) yang luasnya mencapai kurang lebih 70% dari luas Taman Nasional Komodo. Tumbuh berbagai jenis [rumput](#) di antaranya; *Setaria adhaerens*, *Chloris barbata*, *Heteropogon contortus*, *Themeda gigantea* dan *Themeda gradiosa* yang diselingi oleh [pohon lontar](#) (*Borassus flobellifer*) yang merupakan tumbuhan khas dari Tempat ini.

3. Hutan Tropis Musim (di bawah 500 m dpl)

Sekitar 25% dari luas kawasan Komodo merupakan vegetasi hutan tropis musim dengan jenis tumbuhan, antara lain : [kesambi](#) (*Schleichera oleosa*), [asem](#) (*Tamarindus indica*), [kepuh](#) (*Sterculia foetida*), dan beberapa jenis tumbuhan lainnya.

4. Hutan di atas 500 m dpl

pada ketinggian di atas 500 m dpl. Di puncak-puncak bukit, vegetasinya antara lain; *Collophyllum spectabile*, *Colona kostermansiana*, *Glycosmis pentaphylla*, *Ficus urupaceae*, *Mischarpus sundaicus*, *Podocarpus netrifolia*, *Teminalia zollingeri*, *Uvaria ruva*, [rotan](#) (*Callamus* sp.), [bambu](#) (*Bambusa* sp.), dan pada tempat yang cukup teduh biasanya ditemukan [lumut](#) yang hidup menempel di bebatuan.

b. Potensi Fauna

Jenis-jenis Fauna yang terdapat di Taman Nasional Komodo antara lain;

1. Komodo (*Varanus komodoensis*)

Komodo hidup di beberapa pulau kecil di bagian tenggara Indonesia. Di dalam kawasan Taman Nasional Komodo, komodo hanya ditemukan di [Pulau Komodo](#), [Pulau Rinca](#), [Gili Motang](#) dan [Nusa Kode](#). Komodo tidak ditemukan di tempat lain lagi di atas bumi ini, selain di tempat tadi.

Saat ini, terdapat 2,793 ekor [komodo](#) di dalam kawasan Taman Nasional Komodo. 1,288 ekor terdapat di [Pulau Komodo](#), 1,336 ekor di [Pulau Rinca](#), 83 ekor di [Gili Motang](#) dan 86 ekor di [Nusa Kode](#). Sedangkan di [Pulau Padar](#) komodo tidak ditemukan lagi. Komodo dapat ditemukan hampir di semua tempat di Komodo, Rinca, Gili Motang dan Nusa Kode. Mereka dapat ditemukan di [hutan hujan](#), dalam [Savanna](#) dan di [Pantai](#).

Komodo adalah binatang pemakan daging atau [karnivora](#). Komodo yang masih muda memangsa [serangga](#), [cicak](#) dan [burung](#) sebagai makanannya. Komodo muda ini sampai berumur dua tahun menghabiskan sebagian besar waktu mereka di pohon untuk melindungi diri dari serangan komodo yang lebih besar atau predator lainnya seperti [babi hutan](#). Komodo dewasa memangsa [rusa](#), [babi hutan](#), [kuda](#), dan [kerbauair](#). Komodo juga memakan bangkai binatang.

Komodo menggunakan lidahnya untuk mencium bau dan dapat mencium bau hingga jarak 5 km. air liur komodo mengandung banyak bakteri mematikan. Terdapat lebih dari 60 jenis bakteri yang terdapat di dalam air liur komodo dan paling tidak salah satu di antaranya dapat menyebabkan keracunan pada darah. Mangsa yang digigit dapat mati dalam waktu sehari sampai beberapa minggu

akibat keracunan dalam darahnya. Musim kawin komodo terjadi pada bulan [Juli](#) - [Agustus](#). Komodo betina dapat menghasilkan telur lebih dari 30 butir setiap sarang dan akan menetas 6 - 9 bulan kemudian.

2. Mamalia

Antara lain, [rusa](#) (*Cervus timorensis*), [anjing hutan](#) (*Cuon alpinus*), [babi hutan](#) (*Sus scrofa*), [Monyet ekor panjang](#) (*Macaca fascicularis*), [kuda liar](#) (*Equus caballus*) dan [kerbau liar](#) (*Bubalus bubalis*), [musang](#) (*Paradoxurus hermaphroditus*), [tikus besar Rinca](#) (*Ratus ritjanus*), dan [kalongbuah](#) (*Cynopterus brachyotis* dan *Pteropsis sp.*)

3. Burung

Tercatat terdapat 111 jenis burung, antara lain ; [burung gosong](#) (*Megapodius reinwardt*), [kakatua jambul kuning](#) (*Cacatua sulphurea*), [perkutut](#) (*Geopelia streptriata*), [tekukur](#) (*Streptopelia chinensis*), [pergam hijau](#) (*Ducula aenea*), [Philemon buceroides](#), [burung raja udang](#) (*Halcyon chloris*), dan [burung kaca mata laut](#) (*Zosterops chloris*).

4. Reptil

Terdapat 34 jenis Reptil. Disamping reptil [Komodo](#), jenis reptil lainnya, antara lain; [ular kobra](#) (*Naja naja*), [ular rusel](#) (*Viperia russeli*), [ular pohon hijau](#) (*Trimeresurus albolabris*), [ular sanca](#) (*Python sp.*), [ular laut](#) (*Laticauda colubrina*), [kadai](#) (*Scinidae*, *Dibamidae*, dan *Varanidae*), [tokek](#) (*Gekko sp.*), [penyu sisik](#) (*Eretmochelys imbricata*), dan [penyu hijau](#) (*Chelonia mydas*).

c. Keanekaragaman Hayati Perairan dan Lahan Basah

1. Potensi Flora

Terdapat di teluk yang terlindungi dari hempasan [gelombang](#). Jenis vegetasinya, antara lain; *Rhizophora sp.*, *Rhizophora mucronata*, dan *Lumnitzera racemosa* merupakan jenis vegetasi yang dominan. Namun secara umum terdapat pula [api-api](#) (*Avicennia marina*), *Bruguiera sp.*, *Capparis seplaria*, *Ceriops tagal*, dan *Sonneratia alba*. Komunitas

[Mangrove](#) di Taman Nasional Komodo merupakan penghalang/benteng fisik alami terhadap [ErosiTanah](#) dan akhirnya menjadi tempat [pembiakan](#), [berpijah](#), dan daerah perlindungan bagi [ikan](#), [kepiting](#), [udang](#), dan [moluska](#).

2. Potensi Sumberdaya Perikanan

[Terumbu karang](#) di perairan Taman Nasional Komodo termasuk yang terindah di dunia. Berbagai bentuk dan warna karang keras dan karang lunak sangat menarik untuk dilihat. Terdapat lebih dari 1000 jenis ikan, 260 jenis karang dan 70 jenis [bunga karang](#) (sponge) dan banyak [Invertebrata](#) lain yang dapat dijumpai di banyak [tecorambat](#) di Taman Nasional Komodo. *Acropora spp*, *Favites sp*, *Leptoria sp*, *Fungia sp*, *Sarcophyton sp* dan *Xenia sp* adalah jenis karang yang umum dijumpai.

Selain itu dapat dijumpai juga berbagai jenis spesies *gorgonians*, *sea fan*, *sea pens*, [anemon](#) dengan [clown fish](#), [Bintang Laut](#), *christmas tree worms*, [kima](#) (*Tridacna sp*), [lobster](#), [nudibranchs](#), dll. Berbagai ikan karang hidup di sini, di antaranya *Chaetodon spp*, *Amychprion spp*, 8 jenis [kereapu](#) dan [Napoleon](#) (*Chelinus undulatus*). Selain itu perairan Taman Nasional Komodo merupakan jalur [Migrasi](#) 5 jenis [Paus](#), 10 jenis [Lumba-lumba](#) dan [Duyung](#) (*Dugong Dugon*).

d. Daya Tarik Alam

Daya tarik utama Taman Nasional Komodo yaitu adanya reptil raksasa purba [Biawak Komodo](#) (*Varanus komodoensis*), tetapi keaslian dan kekhasan alamnya, khususnya panorama [Savana](#) dan [Panorama](#) bawah laut, merupakan daya tarik pendukung yang potensial. Wisata bahari misalnya, [memancing](#), [snorkeling](#), [diving](#), [kano](#), [bersampan](#). Sedangkan di daratan, potensi wisata alam yang bisa dilakukan adalah pengamatan satwa, [hiking](#), dan [camping](#). Mengunjungi Taman Nasional Komodo dan menikmati pemandangan alam yang sangat menawan merupakan pengalaman yang tidak akan pernah terlupakan.



Objek wisata yang menarik di antaranya;

1. Loh Liang di Pulau Komodo

Loh Liang merupakan pintu masuk dan daerah wisata utama di [Pulau Komodo](#). Aktivitas yang dapat dilakukan di Loh Liang antara lain pengamatan satwa [komodo](#), [rusa](#), [babi hutan](#), pengamatan [burung](#), [pendakian](#) (Loh Liang - Gunung Ara), [penjelajahan](#) (Loh Liang - Loh Sebita), [Photo hunting](#), [video shooting](#), [Menyelam](#) dan [snorkeling](#) di [Pantai Merah](#) (Pink beach).

Pantai Merah merupakan pantai dangkal yang indah dengan [terumbu karang](#) yang menawan. Aktivitas yang biasa dilakukan oleh turis yang berkunjung adalah [snorkeling](#), [diving](#) dan mandi [matahari](#).

Loh Sebita merupakan daerah [mangrove](#) dan aktivitas yang cukup menarik untuk dilakukan adalah pengamatan burung serta [treking](#). Di Loh Liang terdapat fasilitas yang tersedia bagi pengunjung yakni [pondok wisata](#), [pusat informasi](#), [cafeteria](#), [dermaga](#), [shelter](#) dan [jalan setapak](#).

2. Loh Buaya di Pulau Rinca

Loh Buaya merupakan pusat kunjungan wisatawan di [Pulau Rinca](#). Pengunjung dapat menyaksikan [hutan bakau](#), [padangsavana](#) serta satwa liar misalnya [komodo](#), [rusatimor](#), [kerbau liar](#), [monyet ekor panjang](#), [kudaliar](#) serta berbagai jenis [burung](#).

Aktivitas yang ditawarkan kepada pengunjung di Loh Buaya antara lain pengamatan satwa liar, [penjelajahan](#) (Loh Buaya - Wae Waso, Loh Buaya - Golo Kode), [photo hunting](#), [video shooting](#), pengamatan [kalong](#) di [Pulau Kalong](#) (depan Kampung Rinca) dan pengamatan batu balok di kampung Rinca. Fasilitas yang tersedia di Loh Buaya antara lain [pondok wisata](#), [cafeteria](#), [shelter](#) dan [jalan setapak](#).

Di [Pulau Kalong](#), aktivitas yang dapat dilakukan antara lain pengamatan koloni kelelawar dalam jumlah yang cukup besar.

Pengamatan paling menarik dilakukan pada saat sore hari ketika kelelawar mulai keluar untuk mencari makan.

Dari puncak bukit yang dikenal dengan [Golo Kode](#), pengunjung dapat menyaksikan [panorama](#) dan bentang alam yang cukup fantastik karena keterwakilan berbagai tipe ekosistem dapat disaksikan dari tempat ini.

3. Pulau Padar

Padar adalah Pulau kecil yang terletak di antara [pulau Komodo](#) dan [Pulau Rinca](#). Pulau Padar memiliki pantai yang sangat indah dan tempat yang sangat baik untuk [menyelam](#) dan [snorkling](#)

Analisis Kondisi Fasilitas Pariwisata Labuan Bajo

Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.

Fasilitas pariwisata yang terdapat di destinasi Labuan Bajo terdiri atas Hotel berbintang, Restaurant, Homestay dan Travel. Berdasarkan catatan Biro Pusat Statistik Kabupaten Manggarai Barat, bahwa jumlah fasilitas pariwisata yang terdapat di destinasi Labuan Bajo adalah sebagaimana table dibawah ini.

Tabel 03. Data Jumlah industri pariwisata di Labuan Bajo

NO	TAHUN	HOTE L	RESTORAN	T F A V E L
1	2015	65	5	9
2	2016	68	7	14
3	2017	68	11	36

(Sumber: BPS Manggarai Barat 2017)

Analisis Kondisi Aksesibilitas Labuan Bajo

Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.

Aksesibilitas yang terdapat di Labuhan Bajo yang digunakan untuk menghubungkan antar destinasi adalah sebagian besar menggunakan jalur laut dan mobil roda empat berupa Avanza, Xenia, Inova, dan luxury yang disediakan oleh jasa travel.

Jalur yang menghubungkan destinasi Labuhan Bajo dengan daerah lain di Indonesia menggunakan dua jalur dan sudah terhubung dengan beberapa daerah di Indonesia. Kedua jalur tersebut adalah :

a. Jalur Udara:

Bandara Komodo merupakan pintu masuk wisatawan mancanegara dan nusantara yang terhubung dengan Bandara Internasional El Tari (Kupang), Bandara International Ngurah Rai Bali, Bandara International Cengkareng Jakarta, Bandara International Juanda Surabaya, Bandara International Makassar

b. Jalur Laut :

Pelabuhan Labuan Bajo merupakan pintu masuk wisatawan mancanegara dan nusantara yang terhubung dengan pelabuhan-pelabuhan lain di Indonesia seperti Pelabuhan Sape Bima, Pelabuhan Kayangan Lombok, Pelabuhan Lembar Lombok, Pelabuhan Benoa Bali, Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya.

Berikut table nama kapal dan pelabuhan yang terhubung dengan dermaga Labuhan Bajo:

Analisis Penerapan Kebijakan Kepariwisata Labuan Bajo

Menteri Pariwisata Arief Yahya pernah mengatakan bahwa pada tahun 2016 diperkirakan warga Malaysia yang datang berkunjung ke beberapa destinasi di tanah air lebih dari 1,5 juta dengan estimasi akan tumbuh sebesar 9,26% pada tahun 2018 mendatang.

Terbitnya kebijakan baru di bidang Pariwisata yakni Perda Provinsi NTB No 2 tahun 2016 tentang Pariwisata Halal yang memudahkan wisatawan asal Malaysia ke Indonesia, hal ini disebabkan oleh bertambahnya jumlah Tempat Pemeriksaan Imigrasi (TPI) bagi wisatawan asal Malaysia, peraturan baru yang menghapuskan peraturan mengenai Clearance Approval for Indonesia Territory (CAIT) sehingga memudahkan perahu layar pesiar (yacht) masuk ke wilayah Indonesia melalui 18 pelabuhan di Indonesia, dan menghapuskan Asas Cabotage kemudahan singgah kapal pesiar (cruise) untuk menaikkan dan menurunkan penumpang di lima pelabuhan di Indonesia (paradiso, 2015)

Target pasar Labuan Bajo untuk wisatawan mancanegara adalah Australia, Jerman, Perancis, Amerika Serikat, Belanda, Inggris, Singapura, Thailand, Jepang, Timor Leste. Sedangkan target pasar untuk wisatawan nusantara adalah kota-kota yang terdapat di Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, NTB, Bali, Maluku dan Papua

Untuk mendorong peningkatan arus wisman masuk Labuan Bajo melalui jalur udara diperlukan Peningkatan Status Bandara Komodo menjadi Bandara Internasional, sedangkan melalui jalur laut diperlukan alih fungsi dermaga Labuan Bajo dari pelabuhan barang dan penumpang menjadi dermaga Cruise. Untuk memperbaiki konektivitas dalam kawasan destinasi Labuan bajo perlu peningkatan jaringan jalan dan jembatan dengan membentuk jalan lingkar kota.

Amenitas Perlunya Perbaikan penyediaan dan pengelolaan air bersih dan penanganan kebersihan kota dari sampah. Perlunya Penataan Eksisting Pelabuhan Peti kemas area digunakan untuk commercial center, hotel, keimigrasian dan pelayanan kepariwisataan lainnya.

Atraksi Labuan bajo sebagai gerbang Perlu Mengkoordinasikan Penjadwalan dan pelaksanaan Festival tahunan yang didukung dengan

Pembangunan cultural center, tourist informations center dan Penataan “water front city” Labuan bajo.

a. Perspektif Kebijakan Pembangunan Kepariwisata

Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Pembangunan kepariwisataan harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat lokal di seluruh tanah air. Sudah menjadi kewajiban pemerintah untuk memberikan kesempatan kepada warga negaranya untuk dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan melalui kepariwisataan.

Huruf c konsideran Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 menegaskan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta kepentingan nasional.

Pasal 6 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 menjelaskan, pembangunan kepariwisataan diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Rumusan arah kepariwisataan yang lebih operasional tertuang dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata menerangkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan dengan memperhatikan:

- a. Kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya;

- b. Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat;
- c. Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup; dan d. Kelangsungan usaha wisata.

Pada pasal selanjutnya dikemukakan bahwa lingkup pembangunan kepariwisataan meliputi: a) Industri Parawisata, b) Destinasi Parawisata, c) Pemasaran dan d) Kelembagaan Kepariwisata. Prinsip-prinsip penyelenggaraan kepariwisataan yaitu: (a). menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan; b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal; (c). memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas; (d.) memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup; (e). memberdayakan masyarakat setempat; (f). menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan; (g). mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan (h). memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Agar kondisi yang mendukung penyelenggaraan kepariwisataan dapat terlaksana, maka pembangunan kepariwisataan di daerah dilakukan berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPKD) Provinsi dan Kabupaten/Kota yang diatur dengan Peraturan Daerah. Dari sini dapat diketahui bersama bahwa daerah memiliki kewenangan pula dalam menyelenggarakan kepariwisataan berdasarkan Rencana Induk pembangunan Kepariwisata Daerah. Demikian pula halnya dengan Provinsi Nusa Tenggara Timur, serta Kabupaten Manggarai Barat, sebagai daerah Labuan Bajo yang



memiliki beberapa keistimewaan, maka kebijakan kepariwisataan dimaksud menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam implementasi keistimewaan Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Rencana induk pengembangan kepariwisataan secara nasional ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah. Sedangkan untuk provinsi, kabupaten/kota ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Pemerintah daerah harus menyiapkan rencana induk penyelenggaraan kepariwisataan di daerahnya, tidak hanya peraturan daerah yang mengatur tentang redistribusi, izin usaha pariwisata, dan redistribusi tempat rekreasi.

Konsep penyelenggaraan pariwisata yang baru harus melibatkan secara aktif masyarakat, pengusaha dan pemerintah (baik pusat dan daerah), serta harus melaksanakan tugas, peran, hak dan kewajiban masing-masing. Arah dan tujuan penyelenggaraan kepariwisataan berdasarkan Undang-undang No 10 Tahun 2009 mengalami orientasi yang berbeda tajam apabila dibandingkan Undang-undang No 9 Tahun 1990.

Penyelenggaraan kepariwisataan bukan lagi memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata, melainkan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran.

Pembangunan kepariwisataan selain melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; juga memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antarbangsa.

Dengan demikian, penyelenggaraan dan pengelolaan usaha pariwisata mau tidak mau harus diurus dan dikelola secara profesional. Hal ini memerlukan peraturan-peraturan daerah yang memuat dan mengatur pengurusan dan pengelolaan kepariwisataan mengarah pada usaha kepariwisataan yang bermutu dan sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan. peraturan-peraturan daerah dibuat dalam usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi atau menghapus kemiskinan,

dengan memberikan perspektif bagi pengembangan dunia usaha pariwisata, tidak hanya mengejar redistribusi semata.

b. Kebijakan Kepariwisata di Manggarai Barat

Manggarai Barat adalah daerah Kabupaten yang berada di pulau Flores ujung barat yang merupakan kesatuan masyarakat yang diberi kewenangan untuk mengatur dan mengurus pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945, yang dipimpin oleh seorang Bupati.

Penyelenggaraan kepariwisataan di Labuan Bajo merupakan upaya untuk mewujudkan peningkatan kesejahteraan rakyat melalui perluasan dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan dan meningkatkan pendapatan daerah Manggarai Barat, menumbuhkan rasa cinta tanah air, serta melestarikan sejarah dan budayanya.

Penyelenggaraan kepariwisataan Manggarai Barat Labuan Bajo bertujuan: melestarikan, mempromosikan, mendayagunakan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata; mengangkat nilai-nilai sejarah dan budaya Manggarai Barat sebagai daya tarik wisata; memperluas lapangan kerja dan pemeratakan kesempatan berusaha; dan meningkatkan Pendapatan Asli Manggarai Barat menuju kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

Usaha pariwisata digolongkan dalam 3 (tiga) jenis, yaitu: (a) usaha jasa pariwisata; (b) pengusahaan objek dan daya tarik wisata; dan (c) usaha sarana pariwisata. Selain itu, Pemerintah Manggarai Barat berwenang menetapkan usaha pariwisata lainnya.

Pengembangan Usaha Pariwisata Manggarai Barat ditujukan untuk tercapainya manfaat yang sebesar-besarnya untuk meningkatkan ekonomi bagi masyarakat, terutama masyarakat sekitar objek dan daya tarik wisata, dan akselerasi pembangunan Manggarai Barat. Untuk



mencapai tujuan dimaksud, Pemerintah Manggarai Barat melaksanakan pembinaan, pengendalian, perizinan dan pengawasan usaha secara terpadu, terarah dan bertanggung jawab dengan menjaga kelangsungan usaha pariwisata bagi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Usaha Jasa Pariwisata meliputi: jasa biro perjalanan wisata; jasa pramuwisata; jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran; jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; jasa konsultan pariwisata; jasa informasi pariwisata; jasa makanan dan minuman; dan jasa penyediaan akomodasi.

Objek dan daya tarik wisata di Labuan Bajo digolongkan berdasarkan jenis dan pemanfaatannya. Objek dan daya tarik wisata terdiri atas:

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Allah yang berwujud alam, flora, dan fauna;
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia seperti seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan; Selain objek dan daya tarik wisata tersebut, Pemerintah Manggarai Barat dapat pula menetapkan objek dan daya tarik wisata lainnya.

Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan: nilai-nilai adat-istiadat, serta kearifan lokal, kehidupan ekonomi dan sosial budaya, kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup, dan kelangsungan usaha pariwisata.

Pengelola hotel berbintang berkewajiban:

1. memberi kenyamanan kepada tamu hotel;
2. memberi laporan singkat tentang penghunian kamar secara berkala setiap bulan kepada gubernur melalui instansi yang menangani bidang kepariwisataan Labuan Bajo
3. memberikan kesempatan kepada pihak yang berwenang untuk melakukan pemeriksaan apabila dibutuhkan;
4. menjaga dan mencegah penggunaan hotel berbintang dari kegiatan yang dapat mengganggu keamanan dan ketertiban umum.

5. melakukan upaya peningkatan sumber daya manusia secara terus menerus berdasarkan standarisasi dan sertifikasi kompetensi;
6. memelihara higienis dan sanitasi dalam hotel dan lingkungan pekarangannya;
7. menetapkan persyaratan penghunian kamar, termasuk tarif kamar yang diletakkan pada tempat yang mudah dilihat dan dibaca oleh tamu hotel;
8. melampirkan perubahan persetujuan prinsip dan izin usaha pada setiap perubahan nama atau pemindahtanganan pemilik hotel berbintang.

Masyarakat, tokoh adat, dan ulama memiliki kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperanserta dalam penyelenggaraan kepariwisataan Labuan Bajo. Peran serta masyarakat tersebut berupa pemberian saran,..... pertimbangan, pendapat, tanggapan, masukan terhadap

pengembangan kepariwisataan, dan berperan aktif dalam pengelolaan objek wisata serta pengawasan penyelenggaraan kepariwisataan Labuan Bajo

Masyarakat dapat membentuk kelompok-kelompok masyarakat pariwisata yang disebut dengan kelompok sadar wisata pada kawasan objek wisata. Kelompok masyarakat wisata dibina oleh Instansi yang menangani bidang kepariwisataan. Kelompok masyarakat pariwisata yang dibentuk secara resmi, dapat melaksanakan segala kegiatan pariwisata di daerahnya. Kelompok masyarakat pariwisata berperanserta dalam memberikan saran, pertimbangan, pendapat, tanggapan dan masukan terhadap arah kebijakan pengembangan pariwisata Labuan Bajo.

Tugas Pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat berupa:

- a. memberikan pembinaan dan penyuluhan kepada masyarakat;
- b. melaksanakan pengembangan teknis ketenagakerjaan dan standarisasi;



- c. menerbitkan lisensi dan sertifikasi tenaga kerja pariwisata; dan
- d. melaksanakan pengembangan dan pemantapan kelembagaan pariwisata.

Tugas pembinaan tenaga kerja pada sektor pariwisata termasuk pendataan, dan pengembangan SDM bidang pariwisata. Perlindungan tenaga kerja sesuai dengan standar dan Peraturan Perundang-undangan.

Pemerintah berkewajiban untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas tenaga kerja di bidang pariwisata termasuk melaksanakan pendidikan, pelatihan serta menghimbau usaha pariwisata untuk dapat mempekerjakan tenaga kerja lokal.

Pemerintah berkewajiban mendidik, memberdayakan dan mengeluarkan lisensi pramuwisata serta memantau keberadaannya dalam melaksanakan tugasnya. Pemerintah berkewajiban membina asosiasi dan lembaga pariwisata di Labuan Bajo. Tugas Pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat berupa pemberian penyuluhan kepada masyarakat, pengembangan teknis ketenagakerjaan dan standarisasi lisensi tenaga kerja pariwisata serta pengembangan lembaga pariwisata.

c. Larangan di Tempat-Tempat Wisata

Sesuai dengan Perda kabupaten Manggarai Barat, bahwa di tempat-tempat wisata setiap orang dilarang:

- 1) meminum minuman keras dan mengkonsumsi barang yang memabukkan lainnya;
- 2) melakukan perbuatan asusila;
- 3) berjudi/maisir; dan/atau
- 4) merusak sebagian atau seluruh fisik objek dan daya tarik wisata.

Analisis Pengembangan SDM Pariwisata Labuan Bajo

Pengelolaan destinasi Pariwisata Labuan Bajo belum maksimal disebabkan karena sumberdaya manusia yang mengelola destinasi

masih rendah. Data ini diperoleh dari Kementerian Pendidikan dan kebudayaan Labuan Bajo tahun 2017 yakni :

Dari Total Sebesar 77 Sekolah di Labuan Bajo hanya 2 SMKN Pariwisata yakni: SMKN1 Labuan Bajo dan SMK Stella Maris Labuan Bajo

4.2.7 Analisis SWOT Destinasi Labuan Bajo

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (Strengths) Labuan Bajo	Peluang (Opportunities) Labuan Bajo
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posisi geografis yang strategis; 2. Infrastruktur pariwisata yang memadai 3. Hamparan pantai dan ombak; 3. Pulau-pulau kecil lengkap dengan pantai, ombak, dan keberagaman hayati bawah air; 4. Keberagaman budaya (agama, adat istiadat, tarian, musik, arsitektur lokal, kuliner, souvenir). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membaiknya pasar pariwisata nasional; 2. Adanya keinginan yang kuat dari wisatawan domestik dan mancanegara untuk mendapatkan pengalaman wisata yang unik dan berkelanjutan; 3. Beroperasinya Bandara Internasional Lombok; 4. Munculnya beberapa institusi pendidikan tinggi kepariwisataan; 5. Perhatian pemerintah pusat terhadap pembangunan kepariwisataan di Lombok.
Kelemahan (Weaknesses) Labuan Bajo	Ancaman (Threats) Labuan Bajo
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga kerja pariwisata profesional; 2. Sistem pengelolaan pariwisata yang masih belum terpadu; 3. Lemahnya sistem manajemen yang mengikutsertakan masyarakat lokal dalam aktivitas kepariwisataan; 4. Isu keamanan lokal (aksi kriminalitas) masih tinggi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesatnya pembangunan infrastruktur kepariwisataan termasuk kualitas SDM yang lebih tinggi di destinasi lain yang berdekatan; 2. Kondisi ekonomi, sosial, dan politik dunia yang masih belum kondusif; 3. Adanya dampak dari perubahan iklim 4. Meningkatnya kunjungan wisatawan yang mengakibatkan meningkatnya carbon port print

Destinasi Kepariwisataan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Analisis Kondisi Pariwisata Bromo Tengger Semeru

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BTS) ditetapkan sebagai Taman Nasional (TN), berdasarkan hasil Kongres Taman Nasional Sedunia mengukuhkan kawasan Bromo Tengger Semeru sebagai taman nasional dalam pertemuan yang diselenggarakan di [Denpasar, Bali](#), pada tanggal [14 Oktober 1982](#) atas pertimbangan alam dan

lingkungannya yang perlu dilindungi serta bermacam-macam potensi tradisional kuno yang perlu terus dikembangkan. Pada tanggal [12 November 1992](#), [pemerintah Indonesia](#) meresmikan kawasan Bromo Tengger Semeru menjadi taman nasional. Sebelum ditetapkan sebagai taman nasional, daerah Tengger merupakan kawasan hutan yang berfungsi sebagai [cagar alam](#) dan hutan wisata. Kawasan hutan ini berfungsi sebagai [hutan lindung](#) dan hutan produksi.

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) terletak di Kabupaten Pasuruan, Probolinggo, Lumajang, dan Malang, Jawa Timur, tepatnya di koordinat $7^{\circ}51' - 8^{\circ}11' \text{ LS}$, $112^{\circ}47' - 113^{\circ}10' \text{ BT}$. Taman nasional ini memiliki tipe ekosistem sub-montana, montana dan sub-alpin dengan pohon-pohon yang besar dan berusia ratusan tahun. Temperatur udara di Taman Nasional ini berkisar 3-20 derajat Celcius dengan curah hujan rata-rata 6.600 mm/tahun.



Peta Taman nasional Bromo Tengger Semeru (Sumber : dephut.go.id)

Taman nasional ini memiliki kekayaan jenis flora dan fauna yang beragam. Beberapa jenis tumbuhan yang terdapat di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru antara lain jamuju (*Dacrycarpus imbricatus*), cemara gunung (*Casuarina sp.*), eidelweis (*Anaphalis javanica*), berbagai jenis anggrek *Dendrobium jacobsoni*, *Dendrobium hasseltii*, *Habenaria tosariensis*, dan jenis rumput langka (*Styphelia*

pungieus). Terdapat sekitar 137 jenis burung, 22 jenis mamalia dan 4 jenis reptilia di taman nasional ini. Satwa langka dan dilindungi yang terdapat di taman nasional ini antara lain luwak (*Pardofelis marmorata*), rusa (*Cervus timorensis*), kera ekor panjang (*Macaca fascicularis*), kijang (*Muntiacus muntjak*), ayam hutan merah (*Gallus gallus*), macan tutul (*Panthera pardus*), ajag (*Cuon alpinus*); dan berbagai jenis burung seperti alap-alap burung (*Accipiter virgatus*), rangkong (*Buceros rhinoceros silvestris*), elang ular bido (*Spilornis cheela bido*), srigunting hitam (*Dicrurus macrocercus*), elang bondol (*Haliastur indus*), dan belibis yang hidup di Ranu Pani, Ranu Regulo, dan Ranu Kumbolo.

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru merupakan satu-satunya kawasan konservasi di Indonesia yang memiliki keunikan berupa laut pasir seluas 5.250 hektar, yang berada pada ketinggian \pm 2.100 meter dari permukaan laut. Di laut pasir ditemukan tujuh buah pusat letusan dalam dua jalur yang silang-menyilang yaitu dari timur-barat dan timur laut-barat daya. Dari timur laut-barat daya inilah muncul Gunung Bromo yang termasuk gunung api aktif yang sewaktu-waktu dapat mengeluarkan asap letusan dan mengancam kehidupan manusia di sekitarnya (\pm 3.500 jiwa).

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki tipe ekosistem sub-montana, montana dan sub-alpin dengan pohon-pohon yang besar dan berusia ratusan tahun antara lain [cemara gunung](#), [jamuju](#), [edelweis](#), berbagai jenis anggrek dan rumput langka. Pada dinding yang mengelilingi TN Bromo Tengger Semeru terdapat banyak [rerumputan](#), [mentigi](#), [akasia](#), [cemara](#), dll.

Satwa yang terdapat di taman nasional ini antara lain [luwak](#) (*Paradoxurus hermaphroditus*), [rusa](#) (*Rusa timorensis*), [kera ekor panjang](#) (*Macaca fascicularis*), [kijang](#) (*Muntiacus muntjak*), [ayam hutan merah](#) (*Gallus gallus*), [macan tutul](#) (*Panthera pardus melas*), [ajag](#) (*Cuon alpinus javanicus*); dan berbagai jenis burung seperti [alap-alap](#)

burung (*Accipiter virgatus*), [rangkong](#) (*Buceros rhinoceros silvestris*), [elang ular bido](#) (*Spilornis cheela bido*), [srigunting hitam](#) (*Dicrurus macrocercus*), [elang bondol](#) (*Haliastur indus*), dan [belibis](#) yang hidup di [Ranu Pani](#), [Ranu Regulo](#), dan [Ranu Kumbolo](#).

Pintu masuk menuju Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah Pasuruan-Warung Dowo-Tosari-Wonokitri-Gunung Bromo menggunakan mobil dengan jarak 71 km, Malang-Tumpang-Gubuk Klakah-Jemplang-Gunung Bromo menggunakan mobil dengan jarak 53 km, dan Jemplang-Ranu Pani-Ranu Kumbolo, 16 km. Atau dari Malang-Purwodadi-Nongkojajar-Tosari-Wonokitri-Penanjakan sekitar 83 km. Dari Malang ke Ranu Pani menggunakan mobil sekitar 70 menit, yang dilanjutkan berjalan kaki ke Puncak Semeru sekitar 13 jam. Waktu yang baik untuk mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah pada bulan Juni sampai Oktober dan bulan Desember sampai Januari.

Penggemar hiking disarankan untuk mengambil rute dari Malang karena bisa menikmati keindahan lautan pasir lebih panjang. Start point dapat dimulai dari Ngadas yang merupakan desa terakhir yang berada di dalam kawasan taman nasional serta tempat untuk melengkapi perbekalan terutama persediaan air karena setelah ini tidak akan dijumpai sumber air.

Tabel 01. Kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara di Bromo Tengger Semeru (BTS)

N O	TAHU N	WISNU S	WISMA N	KETERANGA N
1	2014	546,433	23,712	-
2	2015	456,995	17,016	-
3	2016	454,974	30,701	-

Sumber: BPS Jawa Timur 2016

Data diatas menunjukkan perjalanan wisatawan nusantara ke Bromo Tengger dan Semeru (BTS) terjadi penurunan, khususnya dari tahun 2014 ke 2015, namun pada tahun 2015 menurun tidak signifikan. Sedangkan

kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2015 turun signifikan dan berbeda dengan tahun 2016 naik sangat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan ditetapkannya BTS sebagai 10 destinasi unggulan di Indonesia oleh Kementerian Pariwisata, maka BTS menjadi lebih dikenal di mancanegara.

Analisis Kondisi Daya Tarik Wisata Bromo Tengger Semeru

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Beberapa obyek wisata yang dapat dikunjungi menjadi daya wisatawan yang terdapat dalam kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah :

1. Cemorolawang : Salah satu pintu masuk menuju taman nasional yang banyak dikunjungi untuk melihat dari kejauhan hamparan laut pasir dan kawah Bromo, dan berkemah.
2. Laut Pasir Tengger dan Gunung Bromo : Berkuda dan mendaki gunung Bromo melalui tangga dan melihat matahari terbit.
3. Pananjakan : Melihat panorama alam gunung Bromo, gunung Batok dan gunung Semeru.
4. Ranu Pani, Ranu Regulo, Ranu Kumbolo dan Puncak Gunung Semeru : Danau-danau yang sangat dingin dan selalu berkabut (\pm 2.200 m. dpl) sering digunakan sebagai tempat transit pendaki Gunung Semeru (3.676 m. dpl).
5. Ranu Darungan : Berkemah, pengamatan satwa/tumbuhan dan panorama alam yang menawan.

Sumber data dari laman web www.traveloka.com daya tarik wisata di Jawa Timur yang sudah dipasarkan pada tahun 2017, berupa 17 wisata Alam, 9 wisata Budaya, dan 17 wisata Buatan.



Analisis Kondisi Fasilitas Pariwisata Bromo Tengger Semeru

Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.

Fasilitas pariwisata yang terdapat di destinasi Bromo Tengger Semeru terdiri atas Hotel berbintang, Restaurant, Homestay Berdasarkan catatan Biro Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, bahwa jumlah fasilitas pariwisata yang terdapat di destinasi Bromo Tengger Semeru adalah sebagaimana table dibawah ini:

NO	TAHUN	HOTEL	RESTORAN	BPW
1	2014	1,993	1,706	-
2	2015	3,397	2,930	-
3	2016	3,397	3,007	1,300

(Sumber: BPS Kab. Jawa Timur)

Analisis Kondisi Aksesibilitas Bromo Tengger Semeru

Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.

Aksesibilitas yang menghubungkan Bromo Tengger Semeru dengan daerah lain adalah

- a. **Jalur Udara:** Bandara Internasional Juanda (Surabaya) dan Abdul Rahman Saleh (Malang)
- b. **Jalur Laut :** Pelabuhan Tanjung Perak (Surabaya) dan Tanjung Tembaga (Probolinggo)

c. **Jalur Darat** : Stasiun kereta api Malang, Surabaya, Pasuruan, dan Probolinggo. Hub utama menuju pintu masuk BTS adalah Probolinggo dan Pasuruan Fasilitas Pariwisata (tour base) : Surabaya, Pasuruan Untuk mempertinggi konektivitas antar daerah dan antar destinasi wisata maka perlu peningkatan kapasitas Bandar Udara Abdul Rachman Saleh Malang. Untuk peningkatan wisman dengan akses laut diperlukan pembangunan pelabuhan cruise di Tanjung Tembaga Probolinggo.

Analisis Penerapan Kebijakan Kepariwisata Bromo Tengger

Semeru

Menteri Pariwisata Arief Yahya pernah mengatakan bahwa pada tahun 2016 diperkirakan warga Malaysia yang datang berkunjung ke beberapa destinasi di tanah air lebih dari 1,5 juta dengan estimasi akan tumbuh sebesar 9,26% pada tahun 2017 mendatang.

Terbitnya kebijakan baru di bidang Pariwisata yang memudahkan wisatawan asal Malaysia ke Indonesia, hal ini disebabkan oleh bertambahnya jumlah Tempat Pemeriksaan Imigrasi (TPI) bagi wisatawan asal Malaysia, peraturan baru yang menghapuskan peraturan mengenai Clearance Approval for Indonesia Territory (CAIT) sehingga memudahkan perahu layar pesiar (yacht) masuk ke wilayah Indonesia melalui 18 pelabuhan di Indonesia, dan menghapuskan Asas Cabotage kemudahan singgah kapal pesiar (cruise) untuk menaikkan dan menurunkan penumpang di lima pelabuhan di Indonesia (paradiso, 2015)

a. Pembangunan Kepariwisata dalam Perspektif Peraturan

Perundangan-undangan

Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Pembangunan kepariwisataan harus memberikan manfaat

sebesar-besarnya bagi masyarakat lokal di seluruh tanah air. Sudah menjadi kewajiban pemerintah untuk memberikan kesempatan kepada warga negaranya untuk dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan melalui kepariwisataan.

Untuk mewujudkan pembangunan kepariwisataan yang berkesinambungan, maka pemerintah mengeluarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan dan Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata. Selanjutnya peraturan tersebut dirubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Huruf c konsideran Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 menegaskan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta kepentingan nasional.

Pasal 6 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 menjelaskan, pembangunan kepariwisataan diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Rumusan arah kepariwisataan yang lebih operasional tertuang dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata menerangkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan dengan memperhatikan:

- a. Kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya;
- b. Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat;

c. Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup; dan d. Kelangsungan usaha wisata.

Pada pasal selanjutnya dikemukakan bahwa lingkup pembangunan kepariwisataan meliputi: a) Industri Parawisata, b) Destinasi Parawisata, c) Pemasaran dan d) Kelembagaan Kepariwisata. Prinsip-prinsip penyelenggaraan kepariwisataan yaitu: (a). menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan; b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal; (c). memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas; (d.) memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup; (e). memberdayakan masyarakat setempat; (f). menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan; (g). mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan (h). memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Agar kondisi yang mendukung penyelenggaraan kepariwisataan dapat terlaksana, maka pembangunan kepariwisataan di daerah dilakukan berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPKD) Provinsi dan Kabupaten/Kota yang diatur dengan Peraturan Daerah. Dari sini dapat diketahui bersama bahwa daerah memiliki kewenangan pula dalam menyelenggarakan kepariwisataan berdasarkan Rencana Induk pembangunan Kepariwisata Daerah.

Demikian pula halnya dengan Provinsi Jawa Timur, serta Kabupaten Malang, sebagai daerah yang memiliki beberapa keistimewaan, maka kebijakan kepariwisataan dimaksud menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam implementasi keistimewaan Provinsi Jawa Timur



Rencana induk pengembangan kepariwisataan secara nasional ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah. Sedangkan untuk provinsi, kabupaten/kota ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Pemerintah daerah harus menyiapkan rencana induk penyelenggaraan kepariwisataan di daerahnya, tidak hanya peraturan daerah yang mengatur tentang retribusi, izin usaha pariwisata, dan retribusi tempat rekreasi.

Konsep penyelenggaraan pariwisata yang baru harus melibatkan secara aktif masyarakat, pengusaha dan pemerintah (baik pusat dan daerah), serta harus melaksanakan tugas, peran, hak dan kewajiban masing-masing. Arah dan tujuan penyelenggaraan kepariwisataan berdasarkan Undang-undang No 10 Tahun 2009 mengalami orientasi yang berbeda tajam apabila dibandingkan Undang-undang No 9 Tahun 1990.

Penyelenggaraan kepariwisataan bukan lagi memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata, melainkan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran.

Pembangunan kepariwisataan selain melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; juga memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antarbangsa.

Dengan demikian, penyelenggaraan dan pengelolaan usaha pariwisata mau tidak mau harus diurus dan dikelola secara profesional. Hal ini memerlukan peraturan-peraturan daerah yang memuat dan mengatur pengurusan dan pengelolaan kepariwisataan mengarah pada usaha kepariwisataan yang bermutu dan sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan. peraturan-peraturan daerah dibuat dalam usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi atau menghapus kemiskinan, dengan memberikan perspektif bagi pengembangan dunia usaha pariwisata, tidak hanya mengejar retribusi semata.



b. Peraturan Kepariwisataan di Jawa Timur

Jawa Timur adalah daerah Provinsi yang merupakan kesatuan masyarakat yang diberi kewenangan untuk mengatur dan mengurus pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945, yang dipimpin oleh seorang Gubernur

Penyelenggaraan kepariwisataan di Jawa Timur berfungsi: untuk mensyukuri nikmat Allah SWT; meningkatkan rasa cinta dan kebanggaan terhadap tanah air; meningkatkan taraf hidup jasmani dan rohani; menambah pengetahuan dan pengalaman; dan membangun jiwa kewirausahaan. Penyelenggaraan kepariwisataan di Jawa Timur berasaskan atas; kenyamanan; kerakyatan; kebersamaan; kelestarian; keterbukaan; dan adat, budaya dan kearifan lokal.

Penyelenggaraan kepariwisataan di Jawa Timur merupakan upaya untuk mewujudkan peningkatan kesejahteraan rakyat melalui perluasan dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan dan meningkatkan pendapatan daerah Jawa Timur, menumbuhkan rasa cinta tanah air, serta melestarikan sejarah dan budayanya.

Penyelenggaraan kepariwisataan di destinasi Bromo Tengger Semeru Jawa Timur bertujuan: melestarikan, mempromosikan, mendayagunakan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata; mengangkat nilai-nilai sejarah dan budaya Jawa Timur sebagai daya tarik wisata; memperluas lapangan kerja dan pemeratakan kesempatan berusaha; dan meningkatkan Pendapatan Asli Jawa Timur menuju kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

Usaha pariwisata digolongkan dalam 3 (tiga) jenis, yaitu: (a) usaha jasa pariwisata; (b) perusahaan objek dan daya tarik wisata; dan (c) usaha sarana pariwisata. Selain itu, Pemerintah Jawa Timur berwenang menetapkan usaha pariwisata lainnya.

Pengembangan Usaha Pariwisata Bromo Tengger Semeru Jawa Timur ditujukan untuk tercapainya manfaat yang sebesar-besarnya untuk meningkatkan ekonomi bagi masyarakat, terutama masyarakat sekitar objek dan daya tarik wisata, dan akselerasi pembangunan Bromo Tengger Semeru Jawa Timur. Untuk mencapai tujuan dimaksud, Pemerintah Jawa Timur melaksanakan pembinaan, pengendalian, perizinan dan pengawasan usaha secara terpadu, terarah dan bertanggung jawab dengan menjaga kelangsungan usaha pariwisata bagi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Usaha Jasa Pariwisata meliputi: jasa biro perjalanan wisata; jasa pramuwisata; jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran; jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; jasa konsultan pariwisata; jasa informasi pariwisata; jasa makanan dan minuman; dan jasa penyediaan akomodasi.

Objek dan daya tarik wisata di Bromo Tengger Semeru Jawa Timur digolongkan berdasarkan jenis dan pemanfaatannya. Objek dan daya tarik wisata terdiri atas:

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Allah yang berwujud alam, flora, dan fauna;
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia seperti seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan; Selain objek dan daya tarik wisata tersebut, Pemerintah Manggarai Barat dapat pula menetapkan objek dan daya tarik wisata lainnya.

Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan: nilai-nilai adat-istiadat, serta kearifan lokal, kehidupan ekonomi dan sosial budaya, kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup, dan kelangsungan usaha pariwisata.

Pengelola hotel berbintang berkewajiban:

1. memberi kenyamanan kepada tamu hotel;



2. memberi laporan singkat tentang penghunian kamar secara berkala setiap bulan kepada gubernur melalui instansi yang menangani bidang kepariwisataan Labuan Bajo
3. memberikan kesempatan kepada pihak yang berwenang untuk melakukan pemeriksaan apabila dibutuhkan;
4. menjaga dan mencegah penggunaan hotel berbintang dari kegiatan yang dapat mengganggu keamanan dan ketertiban umum.
5. melakukan upaya peningkatan sumber daya manusia secara terus menerus berdasarkan standarisasi dan sertifikasi kompetensi;
6. memelihara higienis dan sanitasi dalam hotel dan lingkungan pekarangannya;
7. menetapkan persyaratan penghunian kamar, termasuk tarif kamar yang diletakkan pada tempat yang mudah dilihat dan dibaca oleh tamu hotel;
8. melampirkan perubahan persetujuan prinsip dan izin usaha pada setiap perubahan nama atau pemindahtanganan pemilik hotel berbintang.

Masyarakat, tokoh adat, dan ulama memiliki kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperanserta dalam penyelenggaraan kepariwisataan Bromo Tengger Semeru Jawa Timur. Peran serta masyarakat tersebut berupa pemberian saran, pertimbangan, pendapat, tanggapan, masukan terhadap pengembangan kepariwisataan, dan berperan aktif dalam pengelolaan objek wisata serta pengawasan penyelenggaraan kepariwisataan Bromo Tengger Semeru Jawa Timur.

Masyarakat dapat membentuk kelompok-kelompok masyarakat pariwisata yang disebut dengan kelompok sadar wisata pada kawasan objek wisata. Kelompok masyarakat wisata dibina oleh Instansi yang menangani bidang kepariwisataan. Kelompok masyarakat pariwisata yang dibentuk secara resmi, dapat melaksanakan segala kegiatan pariwisata di daerahnya. Kelompok masyarakat pariwisata berperanserta dalam memberikan saran, pertimbangan, pendapat,

tanggapan dan masukan terhadap arah kebijakan pengembangan pariwisata Labuan Bajo.

Tugas Pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat berupa:

- a. memberikan pembinaan dan penyuluhan kepada masyarakat;
- b. melaksanakan pengembangan teknis ketenagakerjaan dan standarisasi;
- c. menerbitkan lisensi dan sertifikasi tenaga kerja pariwisata; dan
- d. melaksanakan pengembangan dan pemantapan kelembagaan pariwisata.

Tugas pembinaan tenaga kerja pada sektor pariwisata termasuk pendataan, dan pengembangan SDM bidang pariwisata. Perlindungan tenaga kerja sesuai dengan standar dan Peraturan Perundang-undangan.

Pemerintah berkewajiban untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas tenaga kerja di bidang pariwisata termasuk melaksanakan pendidikan, pelatihan serta menghimbau usaha pariwisata untuk dapat mempekerjakan tenaga kerja lokal.

Pemerintah berkewajiban mendidik, memberdayakan dan mengeluarkan lisensi pramuwisata serta memantau keberadaannya dalam melaksanakan tugasnya. Pemerintah berkewajiban membina asosiasi dan lembaga pariwisata di Bromo Tengger Semeru Jawa Timur. Tugas Pemerintah dalam upaya pemberdayaan masyarakat berupa pemberian penyuluhan kepada masyarakat, pengembangan teknis ketenagakerjaan dan standarisasi lisensi tenaga kerja pariwisata serta pengembangan lembaga pariwisata.

c. Larangan di Tempat-Tempat Wisata

Sesuai dengan Perda Provinsi Jawa Timur, bahwa di tempat-tempat wisata setiap orang dilarang:

- 1) meminum minuman keras dan mengkonsumsi barang yang memabukkan lainnya;
- 2) melakukan perbuatan asusila;



- 3) berjudi/maisir; dan/atau
- 4) merusak sebagian atau seluruh fisik objek dan daya tarik wisata.

4.3.6. Analisis Pengembangan SDM Pariwisata Bromo Tengger Semeru

Pengelolaan destinasi Pariwisata Bromo Tengger Semeru belum maksimal disebabkan karena sumberdaya manusia yang mengelola destinasi masih rendah.

Masyarakat di sekitar destinasi pariwisata Bromo Tengger Semeru memiliki antusiasme yang tinggi dalam melihat sektor pariwisata sebagai peluang ekonomis. Antusiasme tersebut menjadi modal yang sangat berharga dalam membenahi dan Membangun pasilitas penunjang destinasi Bromo Tengger Semeru sebagai destinasi pariwisata. Meski demikian masyarakat tetap perlu dididik agar mampu menjadi motor penggerak aktivitas dan bisnis kepariwisataan di tempat masing-masing.

Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat membutuhkan strategi khusus, misalnya dengan melibatkan pemimpin informal seperti ketua adat, dan tokoh masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat sekitar Bromo Tengger Semeru memiliki karakteristik paternalistik yakni kecenderungan mengikuti arahan dan rekomendasi pemimpin non formal atau orang yang dituakan di wilayah masing-masing. Di samping itu pendidikan pariwisata tersebut juga membutuhkan dukungan para pendidik di sekolah-sekolah mulai dari tingkat dasar, menengah maupun atas. Perlu mengikutsertakan pariwisata dalam kurikulum muatan lokal (mulok) di sekolah masing-masing, agar dapat memberikan informasi dan pengajaran awal kepada peserta didik guna mendorong peserta didik membangun karier yang berkaitan dengan pariwisata.

4.3.7 Analisis SWOT Destinasi Bromo Tengger Semeru

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (Strengths BTS	Peluang (Opportunities BTS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posisi geografis yang strategis; 2. Infrastruktur pariwisata yang memadai 3. Hamparan alam yang luas; 3. Gunung-gunung lengkap dengan Ranu, dan keberagaman hayati pegunungan 4. Keberagaman budaya (agama, adat istiadat, tarian, musik, arsitektur lokal, kuliner, souvenir). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membaiknya pasar pariwisata nasional; 2. Adanya keinginan yang kuat dari wisatawan domestik dan mancanegara untuk mendapatkan pengalaman wisata yang unik dan berkelanjutan; 3. Beroperasinya Bandara Abdurrahman Saleh 4. Munculnya beberapa institusi pendidikan tinggi kepariwisataan; 5. Perhatian pemerintah pusat terhadap pembangunan kepariwisataan di BTS
Kelemahan (Weaknesses) BTS	Ancaman (Threats) BTS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga kerja pariwisata profesional; 2. Sistem pengelolaan pariwisata yang masih belum terpadu; 3. Lemahnya sistem manajemen yang mengikutsertakan masyarakat lokal dalam aktivitas kepariwisataan; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesatnya pembangunan infrastruktur kepariwisataan termasuk kualitas SDM yang lebih tinggi di destinasi lain yang berdekatan; 2. Kondisi ekonomi, sosial, dan politik dunia yang masih belum kondusif; 3. Adanya dampak dari perubahan iklim 4. Meningkatnya kunjungan wisatawan yang mengakibatkan meningkatnya carbon port print

PEMBAHASAN HASIL ANALISIS KONEKTIVITAS PEMBANGUNAN TIGA DESTINASI PARIWISATA KEK MANDALIKA, LABUAN BAJO, DAN BROMO TENGGER SEMERU

Pembahasan Hasil Analisis Konektivitas Pembangunan KEK Mandalika

Pengumpulan data Penelitian Analisis Konektivitas Pembangunan Destinasi Pariwisata Kawasan KEK Mandalika dilakukan dengan tiga cara yaitu survei atau pengumpulan data dengan kuesioner, Focus Group Discussion (FGD) dan wawancara. Survei dengan penyebaran kuesioner dilaksanakan terhadap 100 responden yang terdiri dari wisatawan nusantara (wisnus) yang berkunjung ke kawasan KEK Mandalika dari tanggal 24 s.d 27 November 2017. Survei dilaksanakan di beberapa daya Tarik wisata di Kawasan KEK Mandalika seperti: Pantai Kuta, Pantai Aan, Pantai Gerupuk, Bandara BIL, Pelabuhan Gerupuk, dan tempat penjualan souvenir di Kuta Lombok Tengah.

Profil Demografi/Sosio Ekonomi Responden



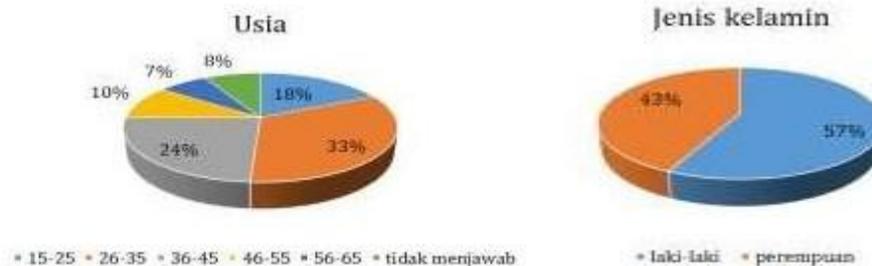
Gambar 5.1 Kebangsaan Responden (N=100) Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Dari aspek kebangsaan (nationality), seluruh responden berkebangsaan Indonesia.

Dari aspek domisili (asal responden) cukup beragam. Hasil survei menunjukkan responden berasal dari 13 provinsi di Indonesia. Lima provinsi berasal dari Pulau Jawa, dua provinsi berasal dari Pulau Sulawesi, dua provinsi berasal dari Pulau Kalimantan, Sumatera, Maluku dan Papua. Lima besar berasal dari DKI Jakarta dengan 22%, disusul Sulawesi Selatan

dengan 12%, Jawa Timur dengan 9%, Sulawesi Tengah dan D.I Yogyakarta masing-masing menyumbang sebanyak 8%.

Untuk variabel jenis kelamin, didominasi laki-laki sebesar 57% dan perempuan sebesar 43%.

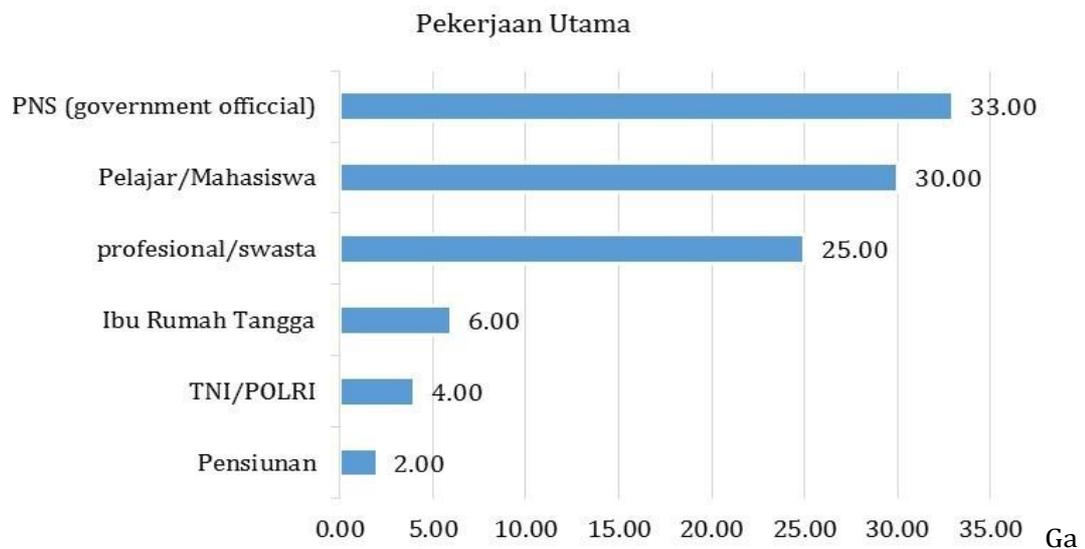


Gambar 5.2. Usia dan Jenis Kelamin Responden (N=100) Sumber: Hasil penelitian, 2017
Usia responden cukup beragam. 33% berusia antara 26-35 tahun, 24% responden berusia 36-45 tahun, 18% responden berusia 15-25 tahun, 10% berusia 46-55 tahun, 7% berusia 56-65 tahun dan 8% responden tidak memberikan jawaban.



Gambar 5.3. Tingkat Pendidikan Responden (N=100) Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hasil survei menunjukkan 44% responden berpendidikan sarjana (S1), 40% responden berpendidikan SMA, 3% responden berpendidikan master (S2) dan 12% responden tidak menjawab.



Gambar 5.4. Pekerjaan Utama Responden (N=100) Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Pekerjaan utama responden cukup beragam. 33% responden merupakan PNS, 30% merupakan pelajar/mahasiswa, profesional/swasta sebanyak 25%, ibu rumah tangga 6%, TNI/POLRI sebanyak 4% dan pensiunan sebesar 2%. Besarnya jumlah responden yang berprofesi PNS berkaitan erat dengan berlaku efektifnya APBN 2017 mulai pertengahan tahun 2015. Hal tersebut membuat aktivitas MICE terutama untuk meeting yang melibatkan stakeholder di bidang pariwisata. Mandalika merupakan salah satu destinasi wisata di Indonesiayang banyak memiliki venue MICE yang cukup representatif, sehingga dipilih sebagai lokasi kegiatan.

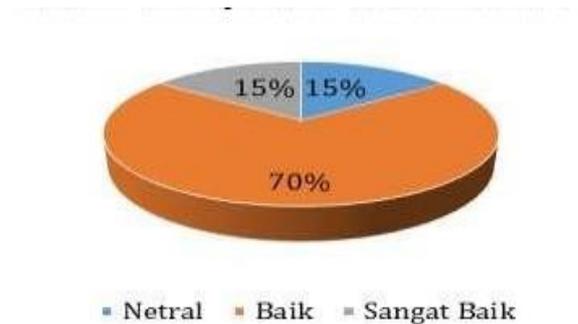
Hasil Analisis Kondisi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kawasan KEK Mandalika.

Enam pertanyaan untuk menguji kesiapan daya tarik wisata KEK Mandalika sebagai destinasi prioritas dari persepsi wisatawan yang berkunjung. Pertanyaannya sebagai berikut: Apakah KEK Mandalika memiliki daya tarik wisata: a. Yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. b. Berbagai produk seperti wisata belanja, kuliner, sightseeing, atraksi budaya dll. c. Makanan dan minuman di destinasi wisata mudah diperoleh. d. Pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan merupakan budaya setempat. e. Penyediaan tempat ibadah layak dan

memadai di destinasi wisata.f. Sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

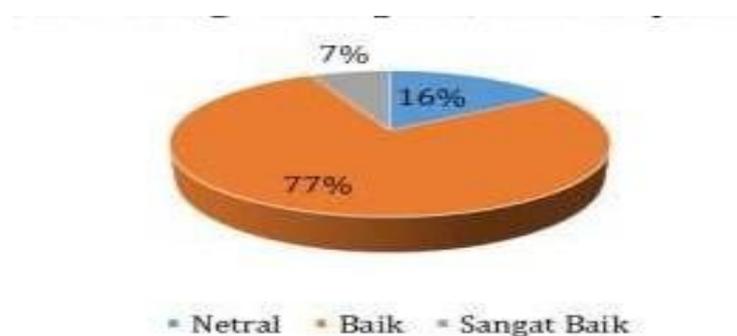
a. KEK Mandalika memiliki DTW meliputi wisata Pantai, budaya dan wisata buatan. Untuk pertanyaan pertama distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.5. Persepsi Terhadap Jenis DTW Sumber: Hasil Penelitian, 2017

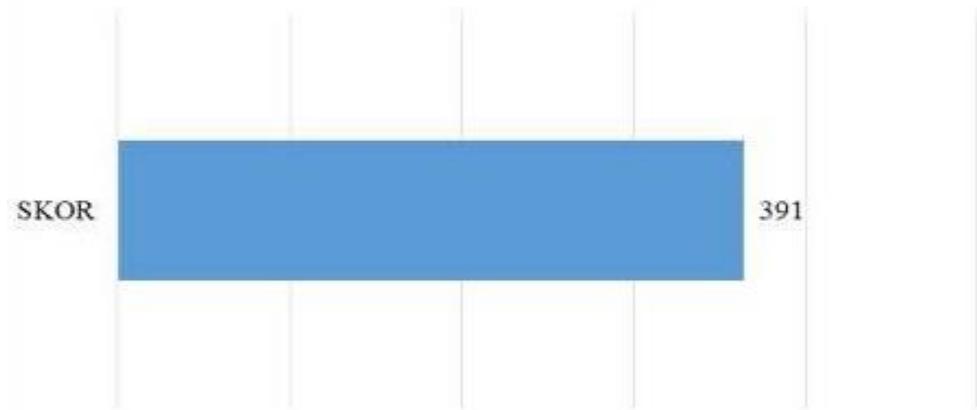
70% responden menjawab baik, 15% menjawab sangat baik dan 15% sisanya menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400. Jadi untuk pertanyaan pertama berada pada kategori baik.

b. KEK Mandalika memiliki Berbagai Produk Wisata Belanja, Kuliner, Sightseeing, Atraksi Budaya Untuk pertanyaan kedua berkaitan dengan atraksi wisata di Mandalika, distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.7. Persepsi Terhadap Atraksi/Produk Wisata Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

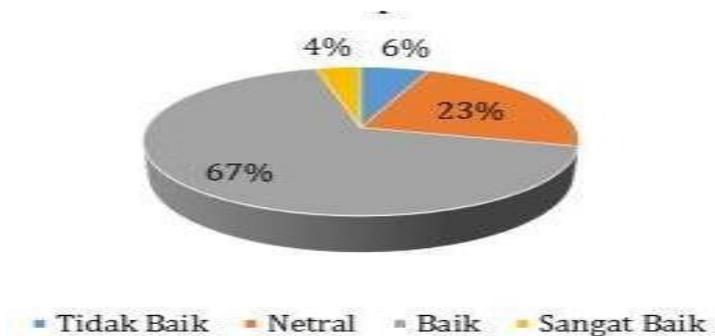
77% responden menjawab baik, 7% menjawab sangat baik dan 7% menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan kedua dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 391. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor bisa dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.8. Skor Terhadap Atraksi/Produk Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

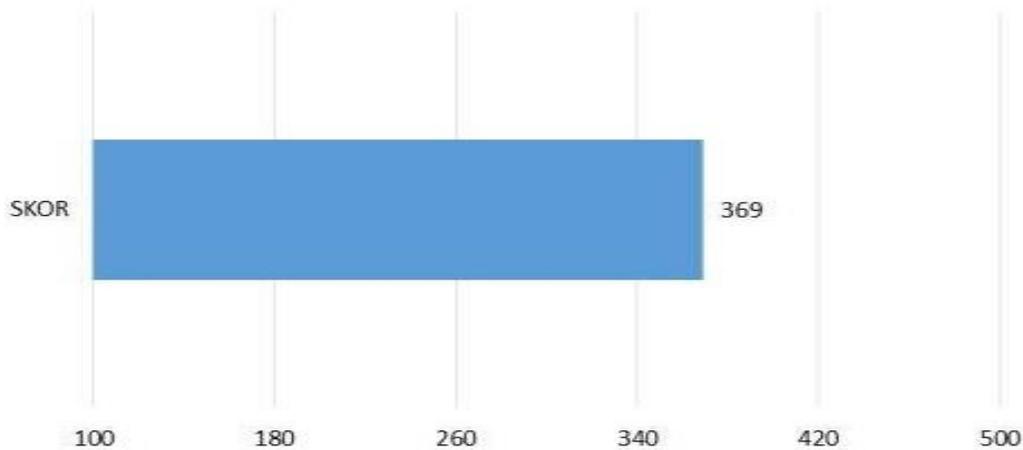
c. Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Mudah Diperoleh

Untuk pertanyaan ketiga berkaitan dengan ketersediaan makanan di destinasi wisata, distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



Gambar 5.9. Persepsi Terhadap Kemudahan Memperoleh Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

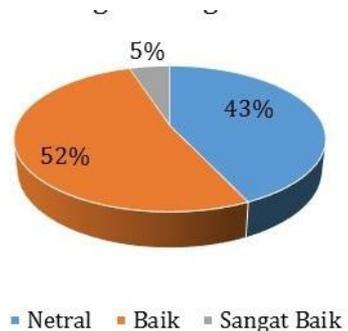
67% responden menjawab baik, 23% menjawab netral, 6% menjawab tidak baik dan 4% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kedua dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 369. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor bisa dilihat gambar berikut:



Gambar 5.10. Skor Persepsi Terhadap Kemudahan Memperoleh Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

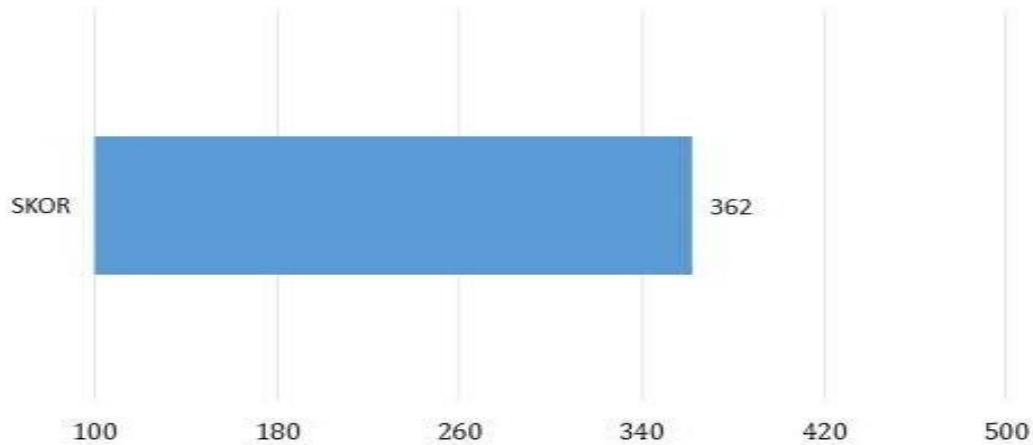
d. Pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan tidak bertentangan dengan budaya setempat

Pertanyaan keempat berkaitan dengan seni dan budaya yang dipertontonkan. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.11. Persepsi Terhadap Pertunjukan Seni Budaya di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

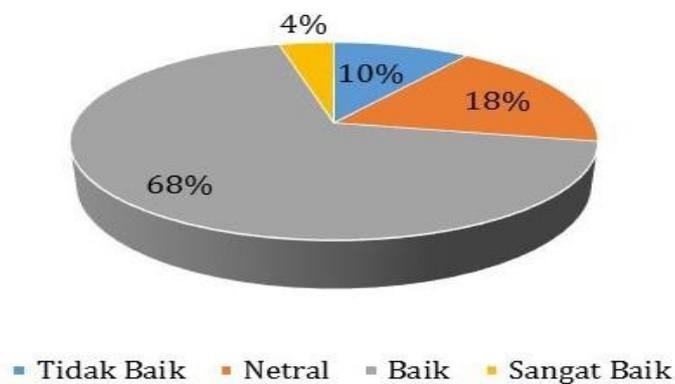
52% menjawab baik, 43% menjawab netral dan 5% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan keempat dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 362. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.12. Skor Persepsi Terhadap Pertunjukan Seni Budaya di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

e. Mandalika memiliki DTW yang menyediakan tempat ibadah yang memadai di destinasi wisata

Pertanyaan kelima berkaitan dengan ketersediaan tempat ibadah yang layak di daya tarik wisata. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:

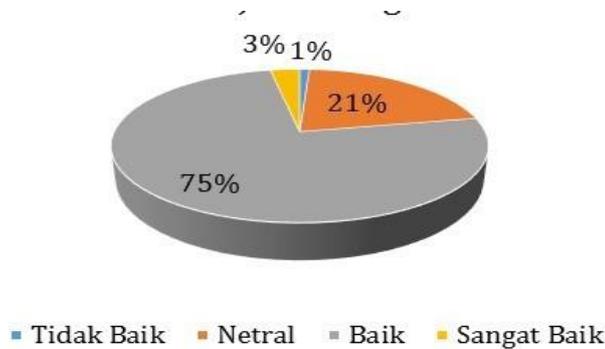


Gambar 5.13. Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat Ibadah di DTW Sumber: Hasil Penelitian, 2017

68% responden menjawab baik, 18% menjawab netral, 10% menjawab tidak baik dan 4% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kelima dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 366, atau berada berada pada kategori baik.

f. Sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik

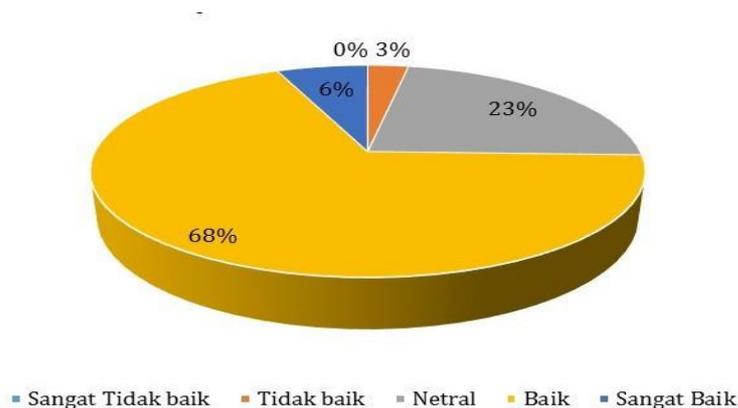
Pertanyaan keenam berkaitan dengan sanitasi pada destinasi wisata di Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.14. Persepsi Terhadap Sanitasi DTW Sumber: Hasil Penelitian, 2017

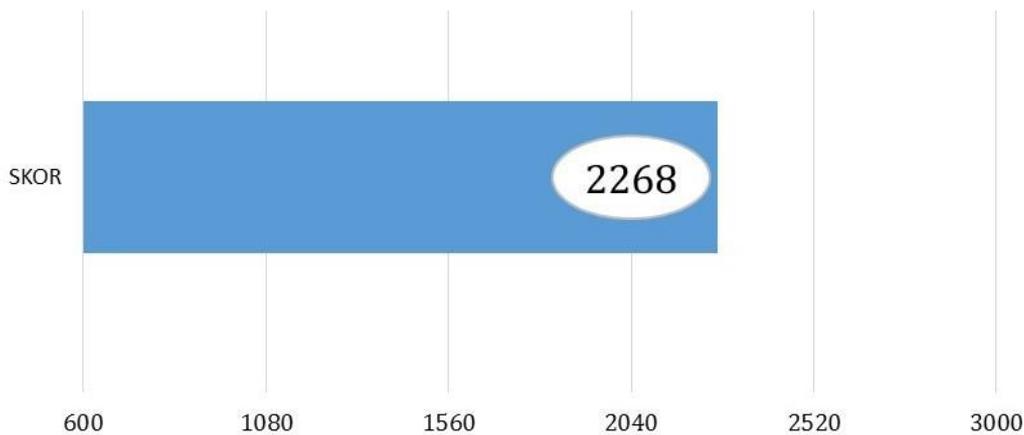
75% responden menjawab baik, 21% menjawab netral, 3% menjawab sangat baik dan 1% menjawab tidak baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kelima dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 380, atau berada pada kategori baik.

Distribusi frekuensi jawaban untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan daya tarik wisata di Mandalika: Jawaban baik sebanyak 68%, netral sebanyak 23%, sangat baik sebanyak 6%, tidak baik 3% dan sangat tidak baik 0%.



Gambar 5.15. Akumulasi Persepsi Terhadap DTW Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 2286, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.16. Skor Akumulasi Persepsi Terhadap DTW Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Nilai yang tinggi untuk kategori baik (2268) menunjukkan bahwa dari persepsi wisatawan yang berkunjung ke KEK Mandalika, sebagian besar menilai Mandalika dari aspek daya tarik wisata siap menjadi destinasi wisata prioritas atau tujuan bagi wisatawan mancanegara dan Nusantara. Jika dilihat dari aspek demografi responden yang 44% diantaranya berpendidikan sarjana (S1), maka jawaban yang diberikan cukup rasional meski hanya pada tataran persepsi. Hal ini bisa dimaklumi karena bagi sebagian masyarakat muslim yang berwisata belum memahami sepenuhnya mengenai konsep wisata syariah.

Bagi sebagian responden, ketika pada suatu destinasi atau daya tarik wisata terdapat tempat ibadah (mushola) mereka menganggap bahwa destinasi tersebut telah memenuhi kriteria wisata syariah, terlepas dari kondisinya layak atau tidak. Padahal konsep wisata syariah tidak sesederhana itu. Kelayakan tempat ibadah dapat dinilai dari kebersihannya dan harus dilengkapi dengan ketersediaan air yang cukup sebagai sarana bersuci (ablution). Dalam hukum Islam, status wisatawan yang melakukan perjalanan (traveling) dapat dikategorikan sebagai musafir. Hal ini memudahkan mereka dalam melaksanakan ibadah (sholat), karena boleh menjamak atau menggabungkan 2 waktu sholat dalam satu waktu dan bahkan boleh meringkas (qasar) jumlah rekaatnya. Sehingga jika di lokasi wisata tidak terdapat tempat ibadah yang dilengkapi dengan sarana bersuci yang layak,

mereka bisa menunda terlebih dahulu sampai tiba kembali di hotel atau penginapan.

Hal ini membuat persyaratan adanya tempat ibadah di daya tarik wisata menjadi standar minimal dalam persepsi wisatawan. Ketika sudah terpenuhi secara fisik akan dianggap baik dan destinasi tersebut sudah memenuhi kriteria syariah.

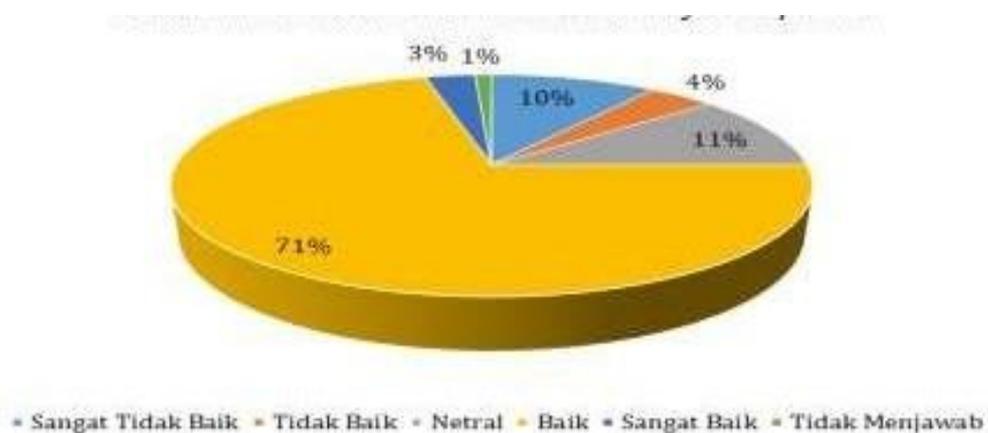
Hasil Analisis Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Kawasan KEK Mandalika.

Empat pertanyaan untuk menguji kesiapan Aksesibilitas KEK Mandalika sebagai destinasi prioritas dari persepsi wisatawan yang berkunjung. Pertanyaannya sebagai berikut: Apakah di kawasan KEK Mandalika memiliki: a. Kemudahan mengakses informasi. b. obyek wisata mudah dijangkau. c. Transportasi darat, laut, udara mudah dijangkau. d. Biaya transportasi sesuai standar.

Hasil survei sebagai berikut:

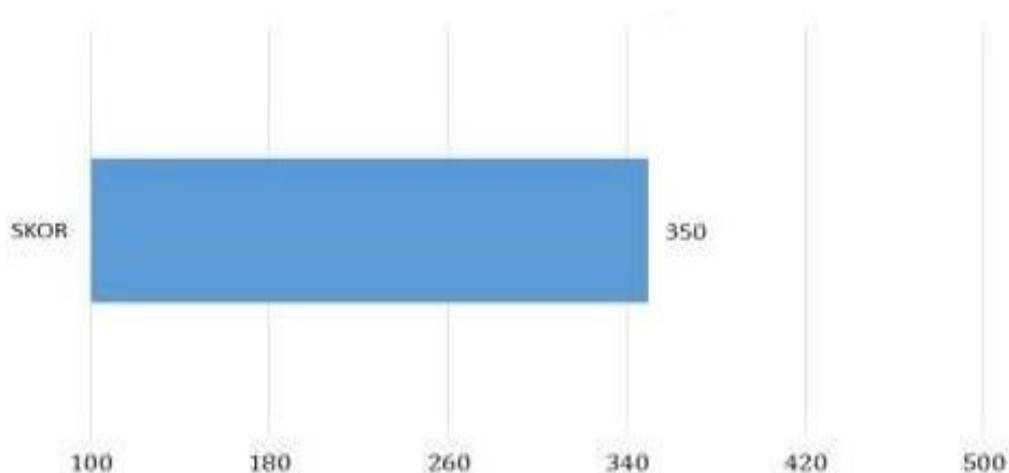
a. Kemudahan akses informasi

Pertanyaan pertama berkaitan dengan Kemudahan mengakses informasi pada destinasi wisata di Mandalika. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.17. Persepsi Terhadap Akses Informasi di Mandalika.
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

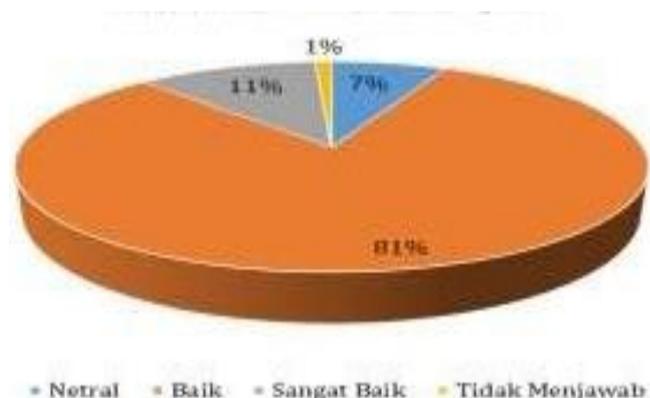
71% responden menjawab baik, 11% menjawab netral, 10% menjawab sangat tidak baik, 4% menjawab tidak baik, 3% menjawab sangat baik dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 350 atau pada kategori baik.



Gambar 5.18. Skoring Persepsi Terhadap Akses Informasi Wisata di KEK Mandalika. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

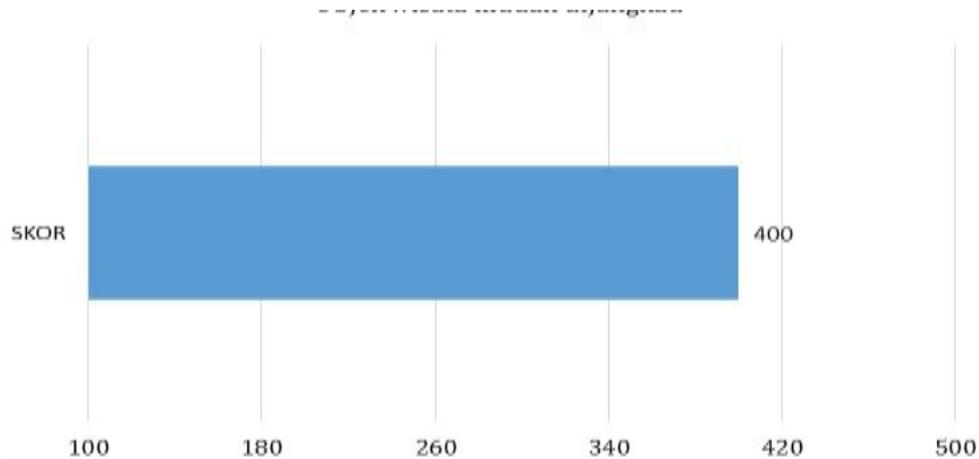
b. Objek wisata mudah dijangkau

Pertanyaan kedua berkaitan dengan obyek wisata mudah dijangkau pada destinasi wisata Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 519. Persepsi Terhadap Keterjangkauan Obyek Wisata di Mandalika. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

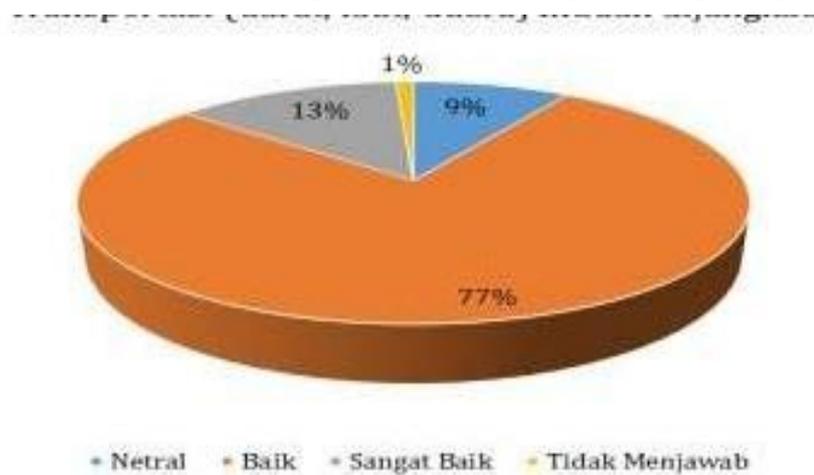
81% responden menjawab baik, 11% menjawab sangat baik, 7% menjawab netral, dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400 atau pada kategori baik.



Gambar 5.20. Skoring Persepsi Terhadap Keterjangkauan Obyek Wisata di Mandalika. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

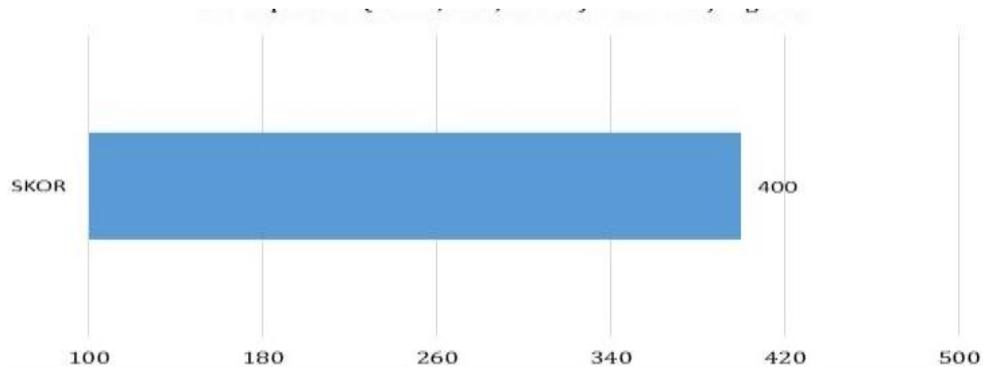
c. Transportasi (darat, laut, udara) mudah dijangkau

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan transportasi darat, laut dan udara mudah dijangkau pada destinasi wisata Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden untuk transportasi seperti pada gambar



Gambar 5.21. Persepsi Terhadap Keterjangkauan Transportasi di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

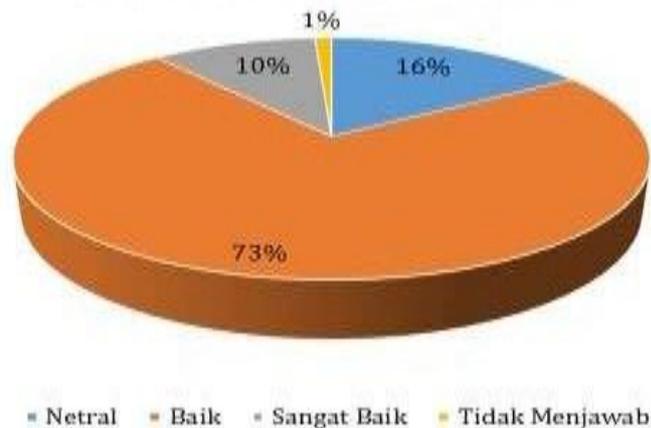
77% responden menjawab baik, 13% menjawab sangat baik, 9% netral, 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400 atau pada kategori baik.



Gambar 5.22. Skoring Persepsi Terhadap Keterjangkauan Transportasi di Mandalika. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

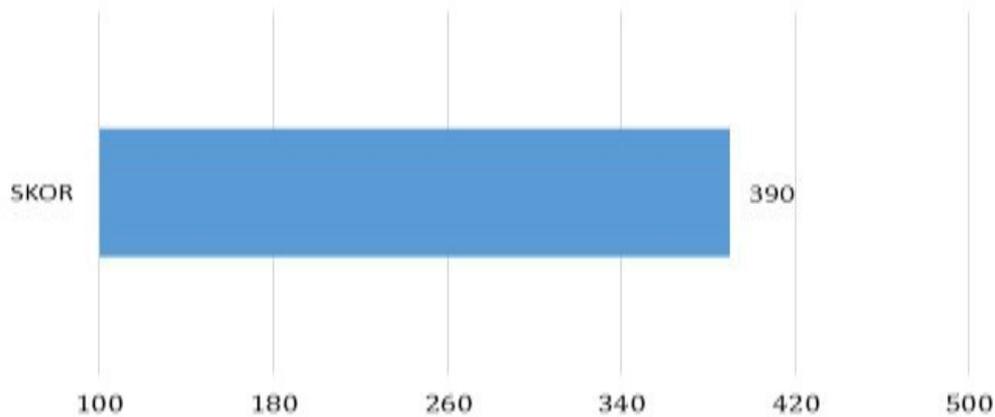
d. Biaya transportasi sesuai standar

Pertanyaan keempat berkaitan dengan biaya transportasi sesuai standar pada destinasi wisata Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden untuk biaya transportasi seperti pada gambar berikut:



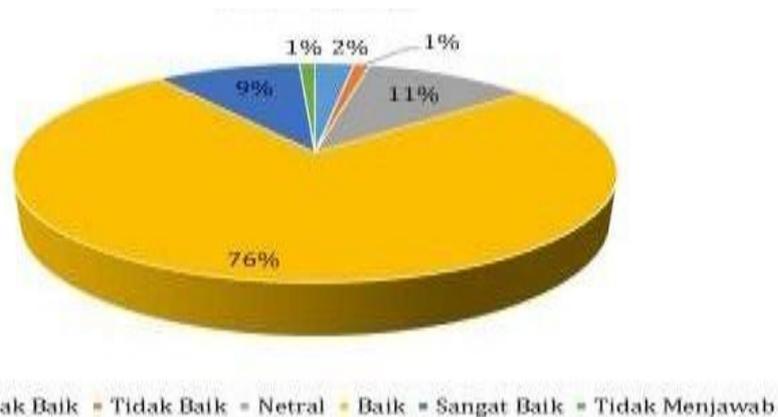
Gambar 5.23. Persepsi Terhadap Biaya Transportasi di Mandalika
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

73% responden menjawab baik, 16% menjawab netral, 10% menjawab sangat baik dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 390 atau pada kategori baik.



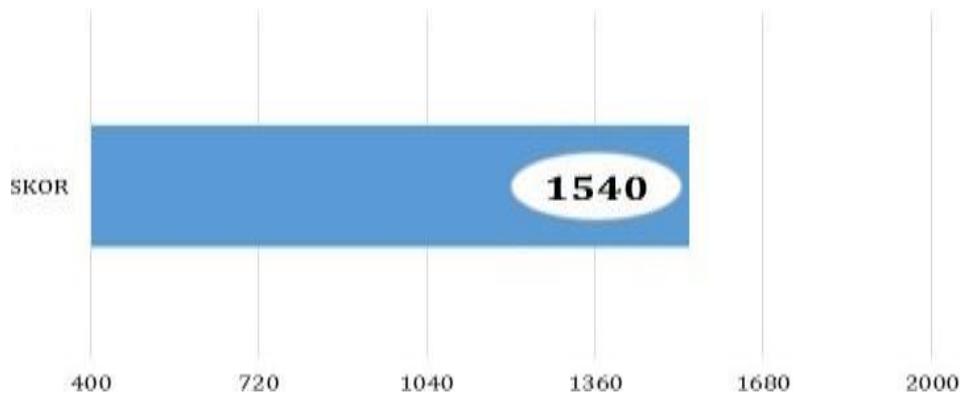
Gambar 524. Skoring Persepsi Terhadap Biaya Transportasi di Mandalika.
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan aksesibilitas di Kota Mandalika seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.25. Persepsi Terhadap Aksesibilitas di Mandalika
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban baik sebesar 76%, netral 11%, sangat baik 9%, sangat tidak baik 2%, tidak baik 1% dan tidak menjawab 1%. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 1540 tau pada kategori baik.



Gambar 5.26. Total Skoring Persepsi Terhadap Aksesibilitas di Mandalika.

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

5.1.3. Hasil Analisis Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan KEKMandalika.

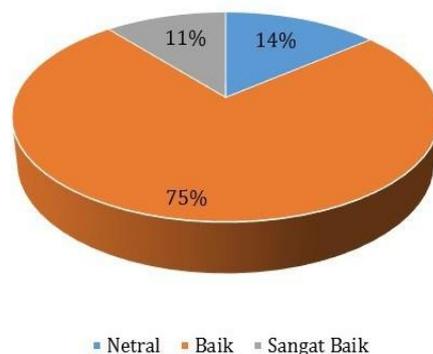
Untuk kategori pasilitas pariwisata terdapat 5 pertanyaan.a. Tersedia hotel dan tempat menginap lainnya.b. Tersedia makanan dan minuman di hotel dan tempat menginap lainnya. c. Suasana hotel aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan keperluan bisnis. d. Sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

1. Hotel

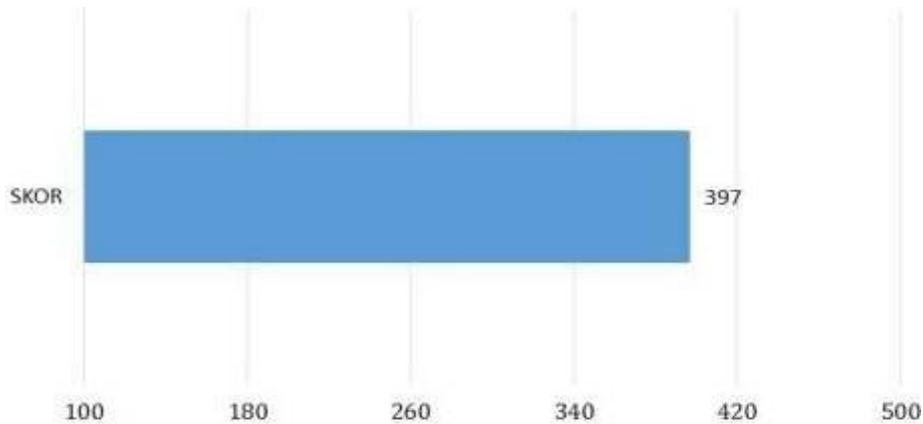
a. Tersedia hotel dan tempat menginap lainnya

Pertanyaan pertama berkaitan dengan ketersediaan tempat menginap pada destinasi wisata Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.27. Persepsi Terhadap Ketersediaan hotel tempat menginap
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

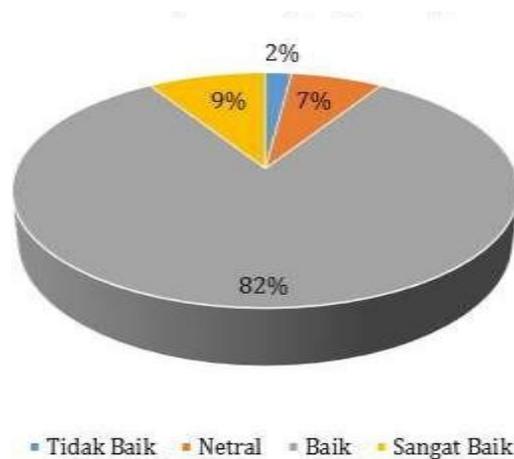
75% responden menjawab baik, 14% responden menjawab netral dan 11% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 397, atau berada berada pada kategori baik.



Gambar 5.28. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat menginap
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

b. Tersedia makanan dan minuman di hotel dan tempat menginap lainnya.

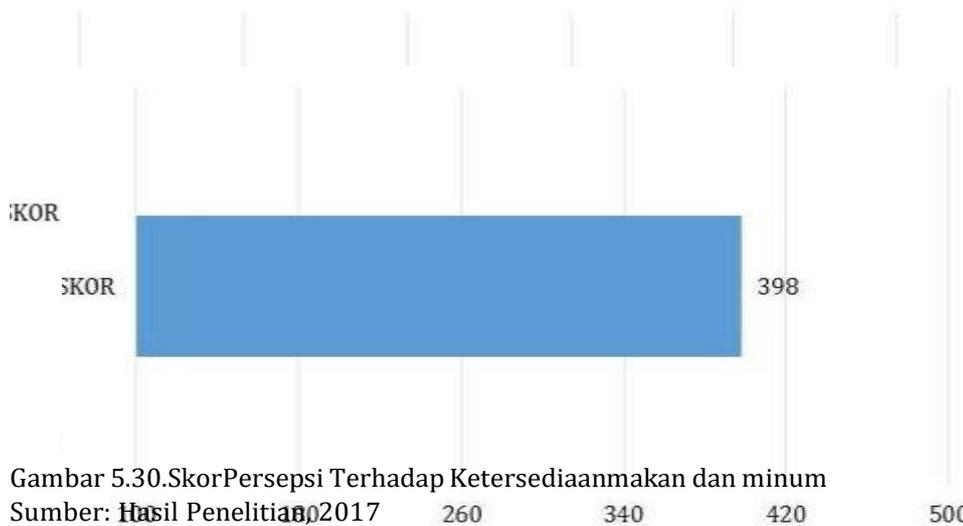
Pertanyaan ketiga berkaitan dengan ketersediaan makanan dan minuman di Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.29. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat makan dan minum
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

82% responden menjawab baik, 9% responden menjawab sangat baik, 7% responden menjawab netral, dan 2% menjawab tidak baik. Skoring jawaban

pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 398, atau berada pada kategori baik.

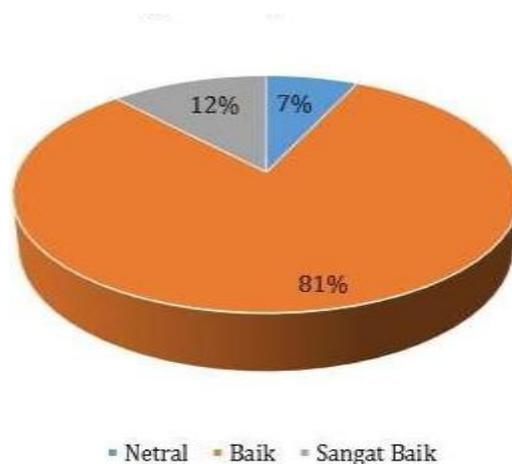


Gambar 5.30. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan makan dan minum

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

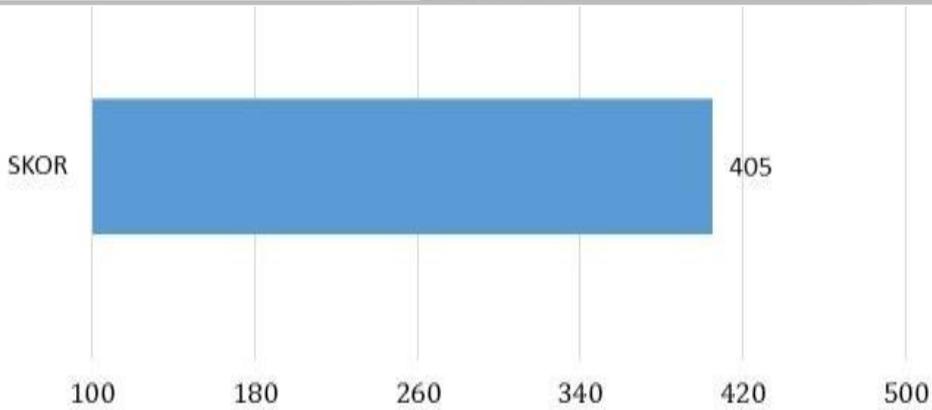
c. Suasana hotel aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan keperluan bisnis.

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan suasana hotel atau tempat menginap lainnya di Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.31. Skor Persepsi Terhadap suasana hotel yang aman, nyaman dan kondusif Sumber: Hasil Penelitian, 2017

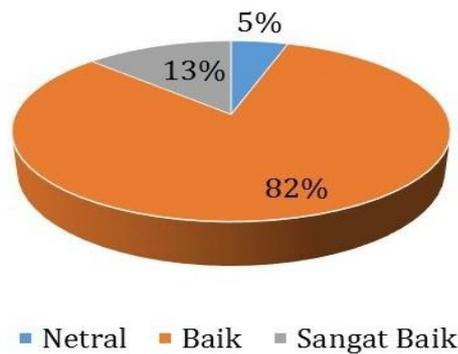
81% responden menjawab baik, 12% responden menjawab sangat baik dan 7% responden menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan ketiga dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 405, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.32. Skor Persepsi Terhadap suasana hotel di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

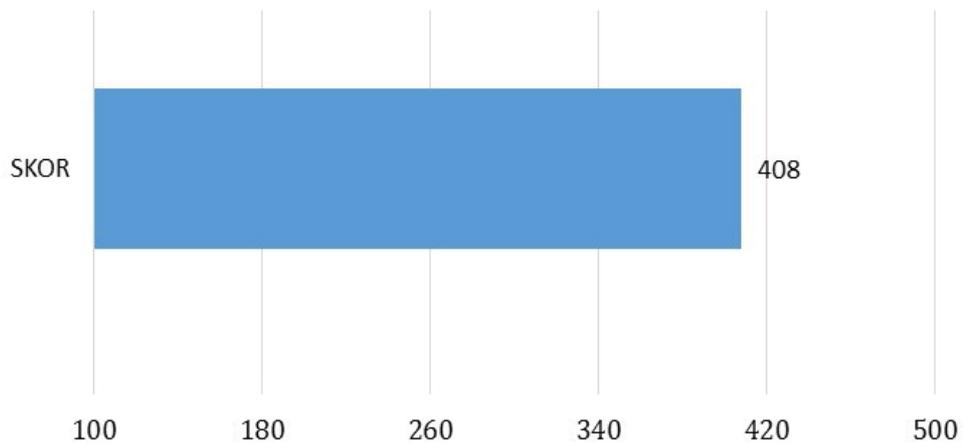
d. Sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik.

Pertanyaan keempat berkaitan dengan sanitasi (kebersihan) hotel atau tempat menginap lainnya di Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



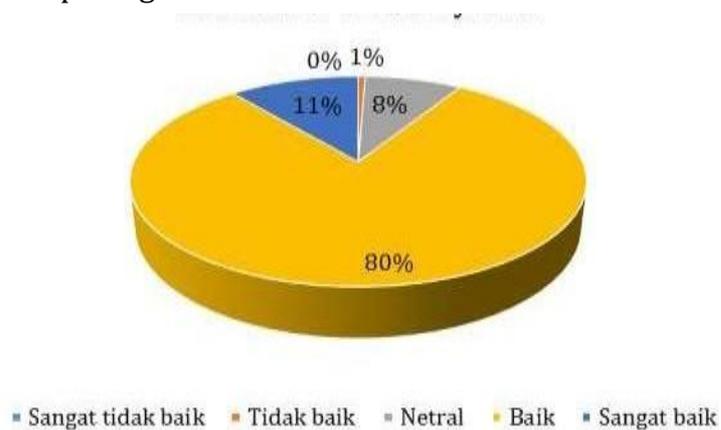
Gambar 5.33. Skor Persepsi Terhadap kebersihan lingkungan hotel Sumber: Hasil Penelitian, 2017

82% responden menjawab baik, 12% menjawab sangat baik dan 5% menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan ketiga dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 408, atau berada berada pada kategori baik.



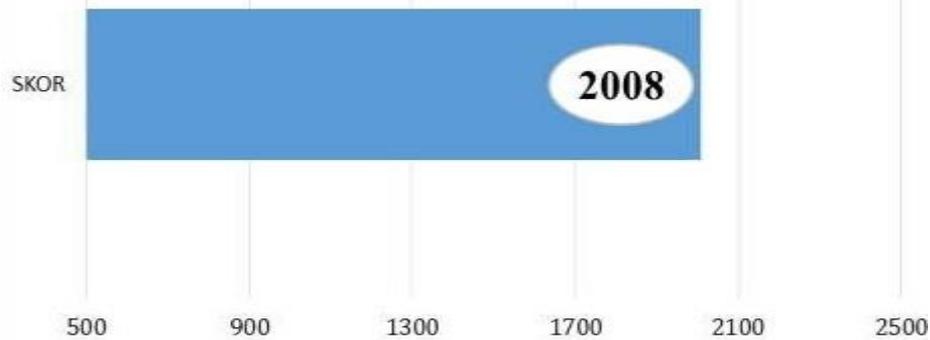
Gambar 5.34. Skor Persepsi Terhadap kebersihan hotel Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan fasilitas pariwisata di KEK Mandalika seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.35. Akumulasi Persepsi Terhadap fasilitas pariwisata di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban baik sebesar 80%, sangat baik 11%, netral 8% tidak baik 1% dan sangat tidak baik 0%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 2008, atau berada berada pada kategori baik.



Gambar 5.36. Skor Persepsi Terhadap fasilitas pariwisata di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hal tersebut menunjukkan bahwa menurut persepsi responden, fasilitas pariwisata dalam hal ini hotel telah siap menjadi penyelenggara destinasi wisata di KEK Mandalika. Seperti halnya pada kelompok pertanyaan pertama mengenai DTW, responden juga belum memahami kriteria hotel yang sesuai dengan wisata syariah. Atau jawaban dalam kategori baik tersebut merupakan bentuk dukungan wisatawan terhadap pengembangan hotel di KEK Mandalika menjadi hotel yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Hasil FGD, observasi dan wawancara menunjukkan bahwa tersedia hotel di Mandalika yang menyediakan makanan dan minuman.

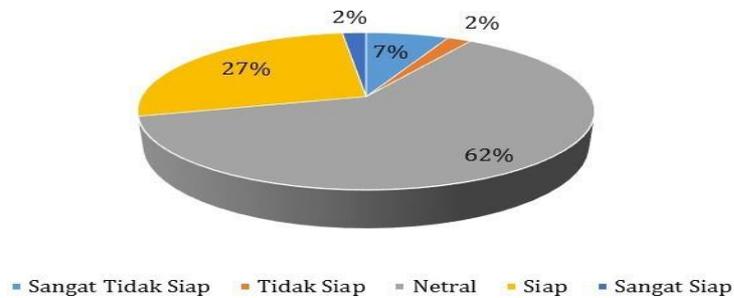
2. Restaurant / Usaha Makanan dan Minuman di KEK Mandalika

Untuk variable yang berkaitan dengan restoran atau usaha penyediaan makanan dan minuman terdapat 2 pertanyaan sebagai berikut: a. Terdapat Restoran yang menyediakan makanan dan minuman. b. Sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

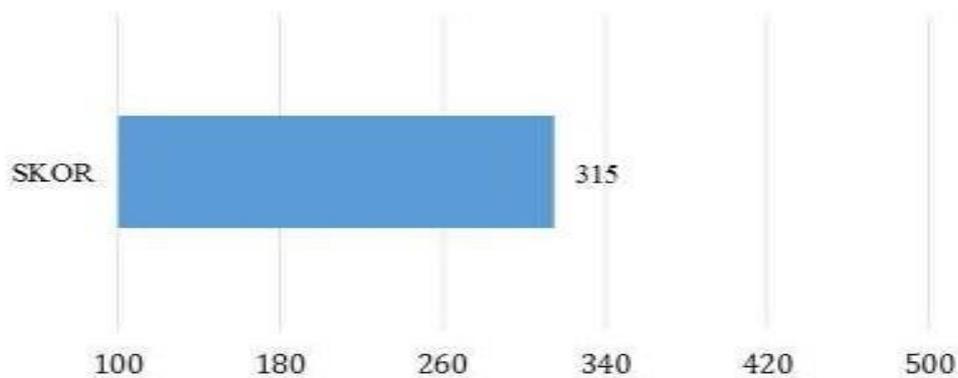
a. Terdapat restoran yang menyediakan makanan dan minuman

Pertanyaan pertama berkaitan dengan ketersediaan restoran dan usaha makanan lainnya di kawasan KEK Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.37. Persepsi Terhadap Ketersediaan Restoran di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

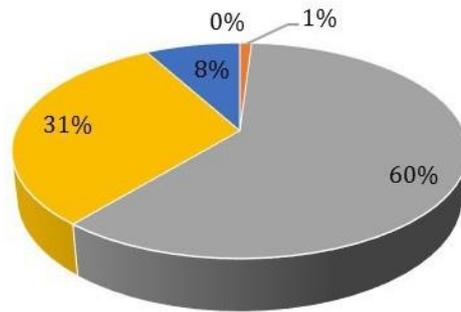
62% responden menjawab netral, 27% responden menjawab siap, 7% responden menjawab sangat tidak siap, 2% responden menjawab sangat siap dan 2% menjawab tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 315, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 5.38. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Restoran di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

b. Sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanandan minuman terjaga dengan baik

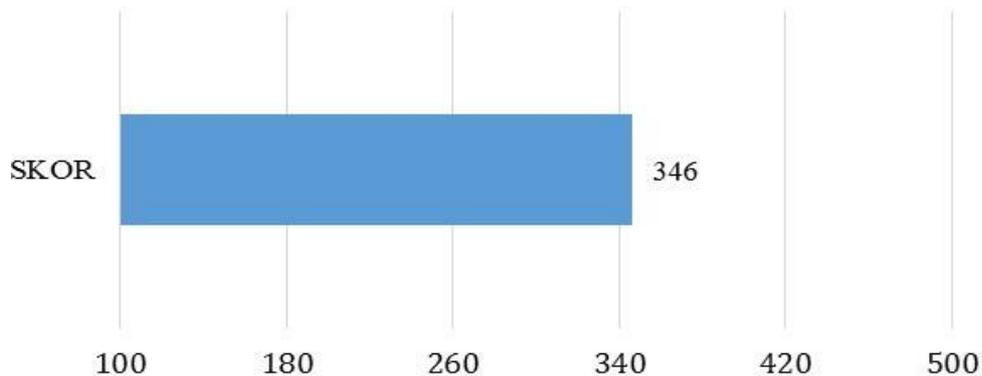
Pertanyaan kedua untuk menguji kesiapan restoran dari aspek sanitasi atau kebersihan. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



■ Sangat Tidak Siap ■ Tidak Siap ■ Netral ■ Siap ■ Sangat Siap

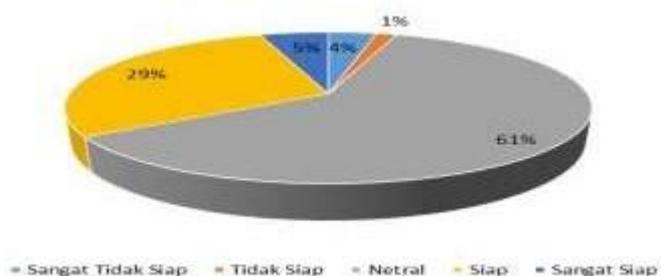
Gambar 5.39. Persepsi Terhadap sanitasi Restoran di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

60% responden menjawab netral, 31% responden menjawab siap, 8% responden menjawab sangat siap, 1% responden menjawab tidak siap dan 0% responden menjawab sangat tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 346, atau berada berada pada kategori netral. skor bisa dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.40. Skor Persepsi Terhadap sanitasi Restoran di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

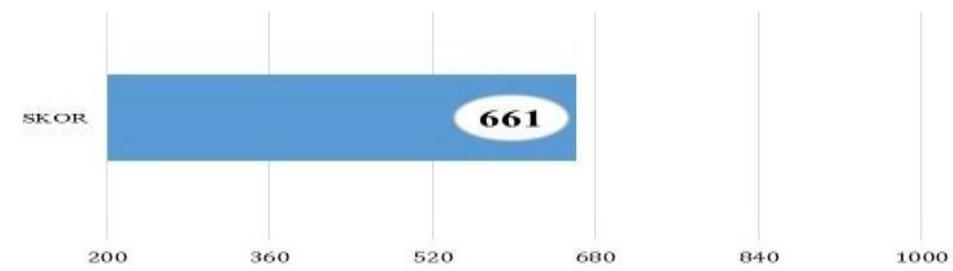
Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan restoran dan usaha penyedia jasa makanan dan minuman di KEK Mandalika seperti pada gambar berikut:



■ Sangat Tidak Siap ■ Tidak Siap ■ Netral ■ Siap ■ Sangat Siap

Gambar 5.41. Persepsi Terhadap sanitasi Restoran di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban netral sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban sangat siap sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 5.42. Skor Persepsi Terhadap Restoran di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

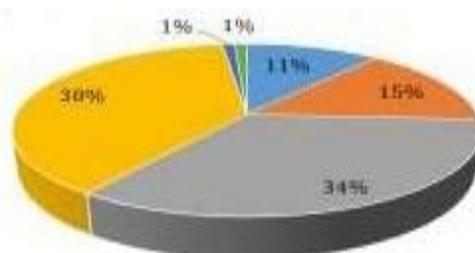
3. Biro Perjalanan Wisata di KEK Mandalika

Kelompok pertanyaan ketiga untuk menguji kesiapan Biro Perjalanan Wisata di Manado. Terdapat tiga pertanyaan sebagai berikut: a. Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata. b. Memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata. c. Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata.

Hasil survei sebagai berikut:

a. Menyediakan Paket Wisata yang Sesuai Dengan Kriteria Pariwisata

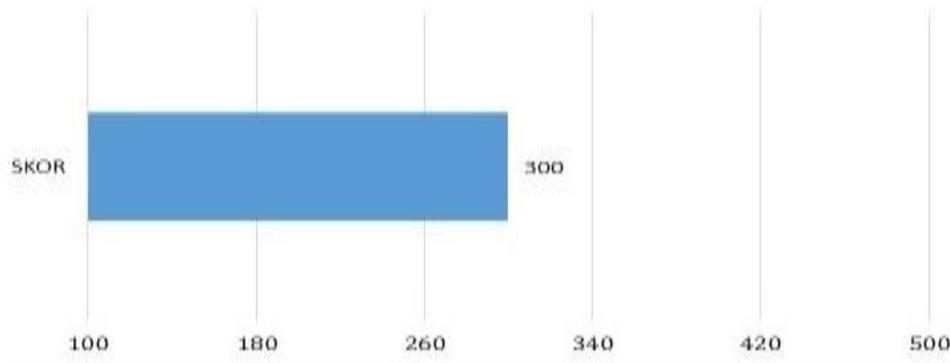
Pertanyaan pertama untuk menguji ketersediaan paket wisata. Distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

Gambar 5.43. Persepsi Terhadap Paket wisata di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

38% responden menjawab siap, 34% menjawab netral, 15% menjawab tidak siap, 11% menjawab sangat tidak siap, 1% menjawab sangat siap dan 1% menjawab tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 300 atau pada kategori netral.

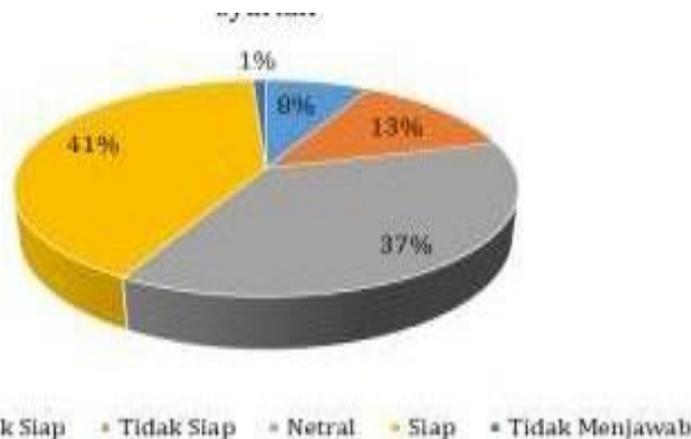


Gambar 5.44. Skorsing Persepsi Terhadap Paket wisata di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

b. Perjalanan Wisata:

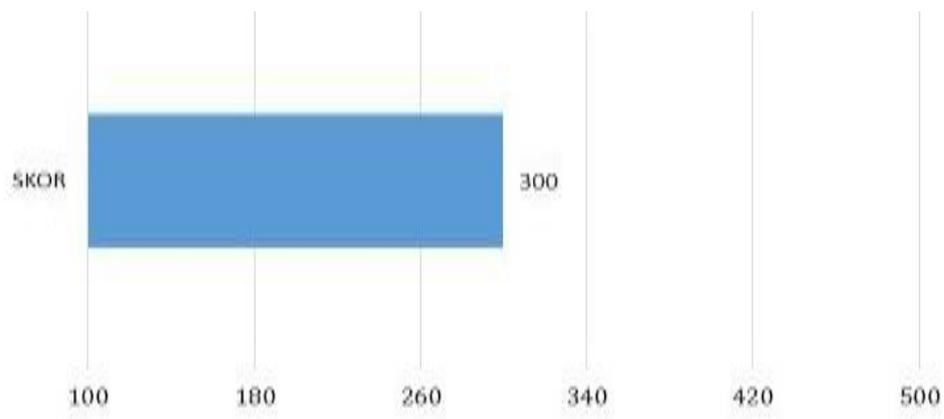
Memiliki Daftar Akomodasi yang Sesuai Dengan Panduan Umum Akomodasi Pariwisata

Pertanyaan kedua berkaitan dengan daftar akomodasi. Distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



Gambar 5.45. Persepsi Terhadap ketersediaan akomodasi di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

41% responden menjawab siap, 37% menjawab netral, 13% menjawab tidak siap, 8% menjawab sangat tidak siap dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 300 atau pada kategori netral.

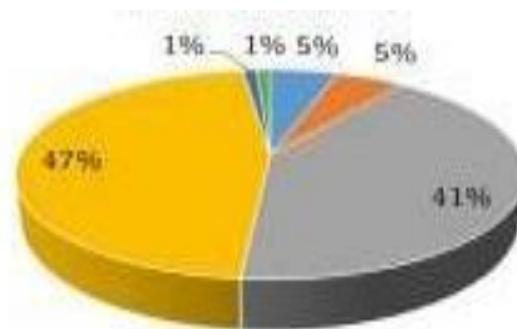


Gambar 5.46. Skoring Persepsi Terhadap ketersediaan akomodasi di Mandalika
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

c. Memiliki Daftar Usaha Penyedia Makanan dan Minuman yang Sesuai Dengan Panduan Umum Usaha Penyedia Makanan dan Minuman Pariwisata.

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan daftar usaha penyedia makanan dan minuman.

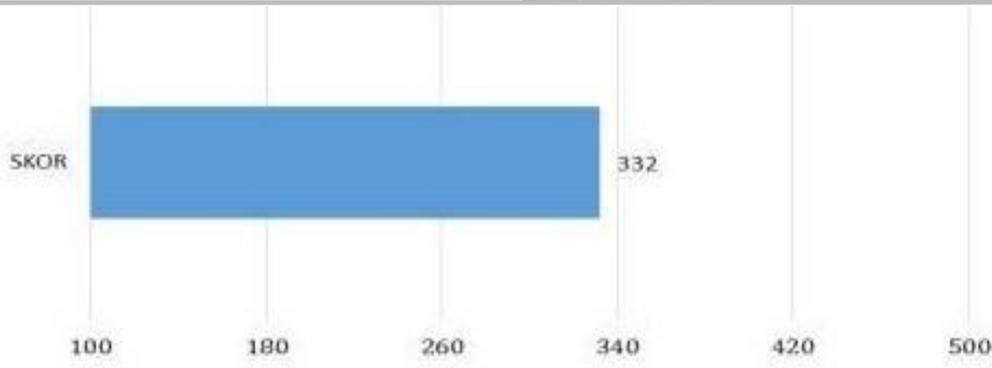
Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

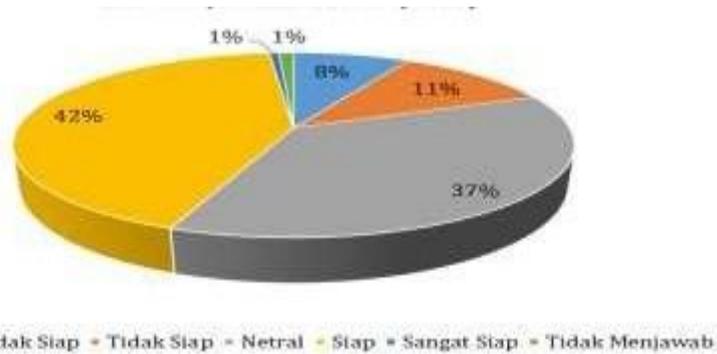
Gambar 5.47. Persepsi Terhadap ketersediaan Makanan dan Minuman di Mandalika
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

47% responden menjawab siap, 41% menjawab netral, 5% menjawab tidak siap, 5% menjawab sangat tidak siap, 1% menjawab sangat siap dan 1% tidak menjawab. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 332 atau pada kategori netral.



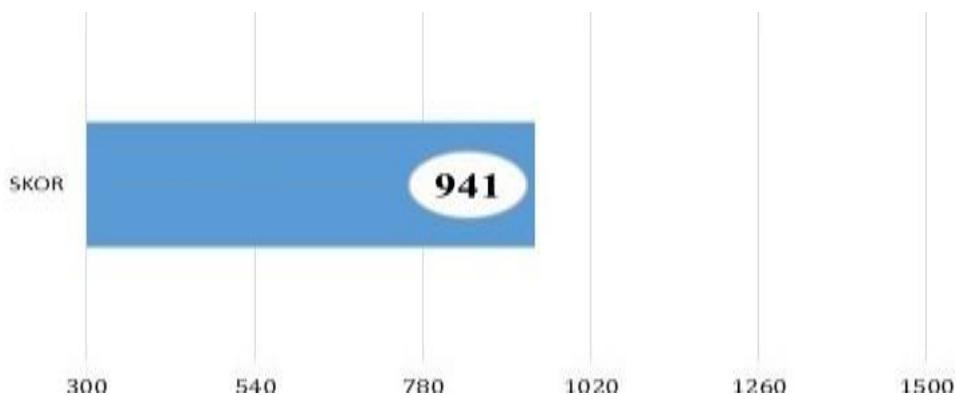
Gambar 5.48. Skoring Persepsi Terhadap ketersediaan Makanan dan Minuman di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan BPW di KEK Mandalika seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.49. Persepsi BPW di Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban siap sebesar 42%, netral 37%, tidak siap 11%, sangat tidak siap 8%, sangat siap 1% dan tidak menjawab 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 941 atau pada kategori netral.



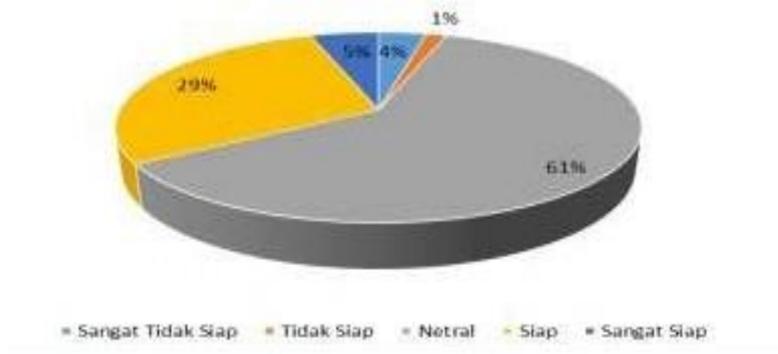
Gambar 5.50. Total Skoring Persepsi BPW Mandalika Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hasil Analisis Upaya Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Model Konektivitas Dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan KEK Mandalika.

Tiga pertanyaan untuk menguji upaya kebijakan pemerintah dalam mewujudkan model konektivitas dalam mendukung perjalanan wisata pada KEK Mandalika. Pertanyaannya sebagai berikut:Upaya apa yang dilakukan pemerintah dalam mendukung peningkatan jumlah wisatawan berkunjung ke KEK Mandalika: a. Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social,b. Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas. c. Penambahan jumlah flight ke BIL.

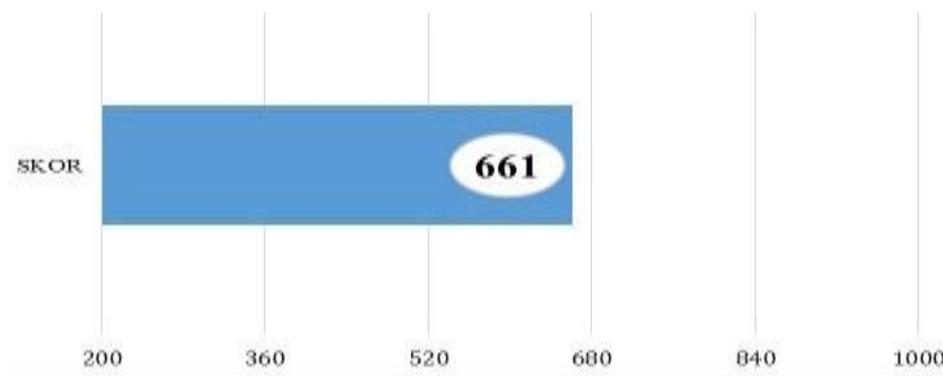
Hasil survei sebagai berikut:

- a. Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social, Pertanyaan pertama berkaitan dengan Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



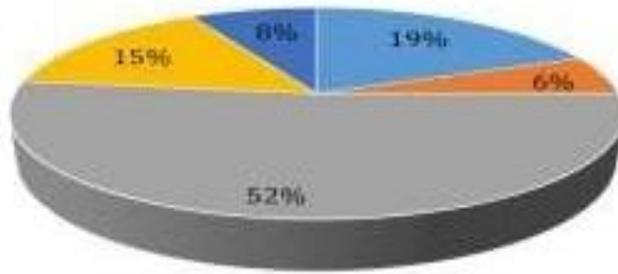
Gambar 5.51. Persepsi Terhadap Promosi melalui media cetak, elektro, jejaring sosial
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban sangat siap sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban netral sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada pada kategori netral.



Gambar 5.52. Skor Persepsi Terhadap Promosi melalui media cetak, elektro, jejaring social. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

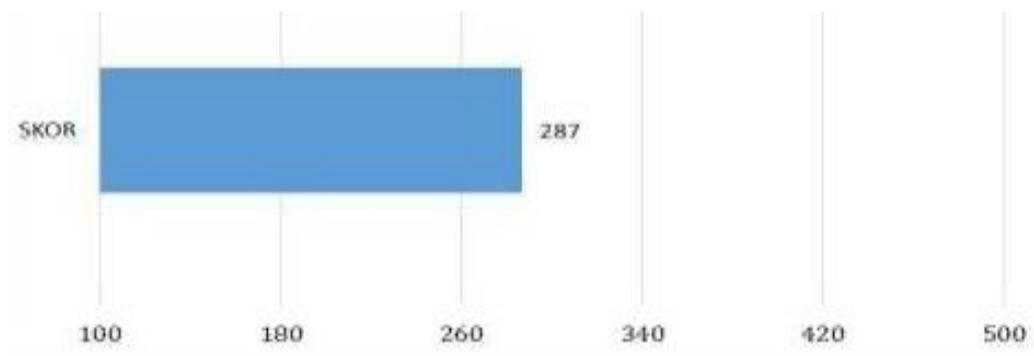
- b. Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas, Pertanyaan kedua berkaitan dengan Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap

Gambar 553. Persepsi Terhadap kerjasama antar pemerintah daerah
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

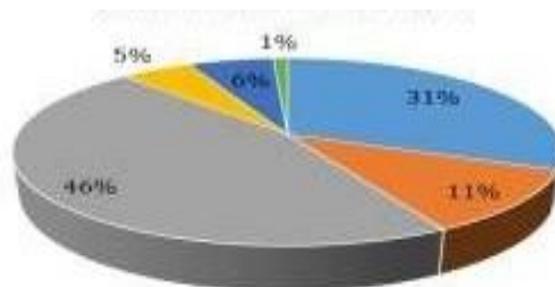
52% responden menjawab netral, 19% responden menjawab siap, 15% menjawab tidak siap, 8% menjawab sangat tidak siap dan 6% menjawab tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 287, atau berada pada kategori netral.



Gambar 5.54. Skor Persepsi Terhadap kerjasama antar pemerintah daerah
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

c. Penambahan jumlah flight ke BIL

Pertanyaan pertama berkaitan dengan Penambahan jumlah flight ke BIL. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:

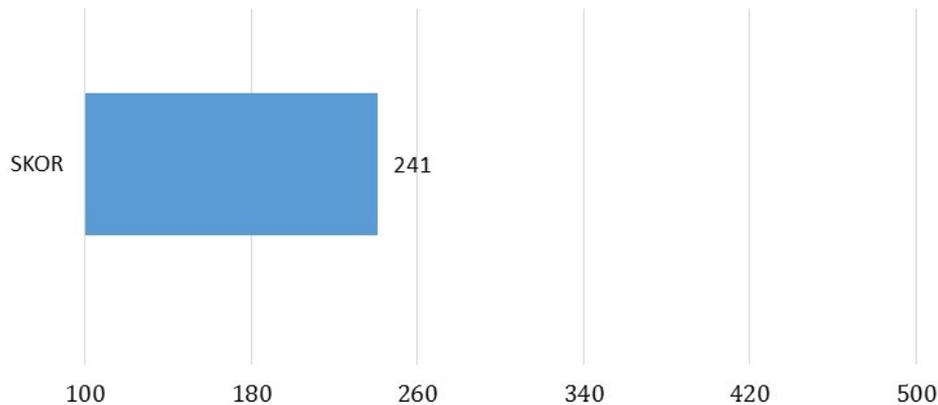


• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

Gambar 5.55. Persepsi Terhadap penambahan jumlah flight ke BIL

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

46% responden menjawab sangat siap, 31% menjawab siap, 11% menjawab netral, 6% sangat kurang siap, 5% siap dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan skal Likert menghasilkan nilai 241 atau berada pada kategori tidak siap. Skor dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.56. Skor Persepsi Terhadap penambahan jumlah flight ke BIL
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

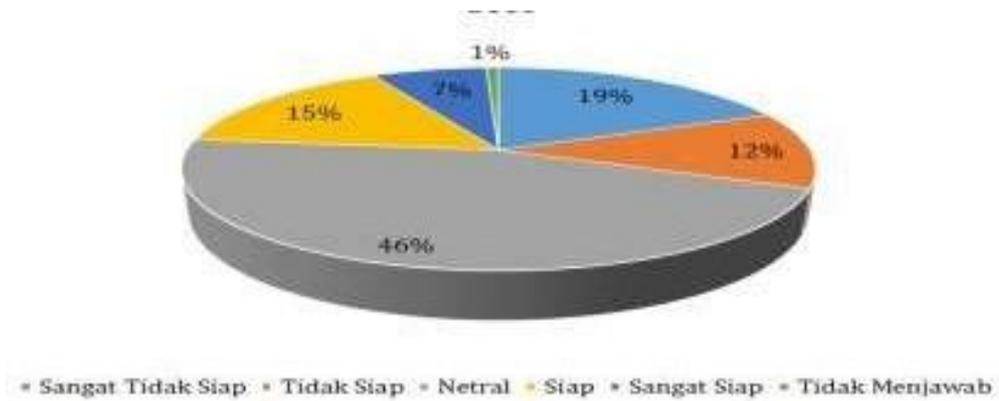
Hasil Analisis Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan KEK Mandalika;

Dua pertanyaan untuk menguji kesiapan sumber daya manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan industri di kawasan KEK Mandalika. Pertanyaannya sebagai berikut: bagaimana kesiapan sumber daya manusia dilihat dari kompetensi

Hasil survei sebagai berikut:

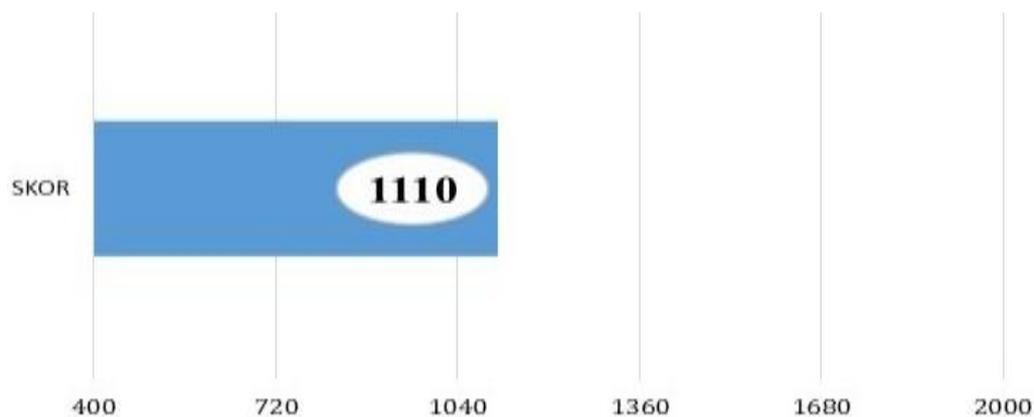
a. Kesiapan SDM dilihat dari Jenjang Pendidikan,

Pertanyaan pertama berkaitan dengan kesiapan SDM dilihat dari jenjang Pendidikan. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.57 Persepsi Terhadap jenjang Pendidikan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

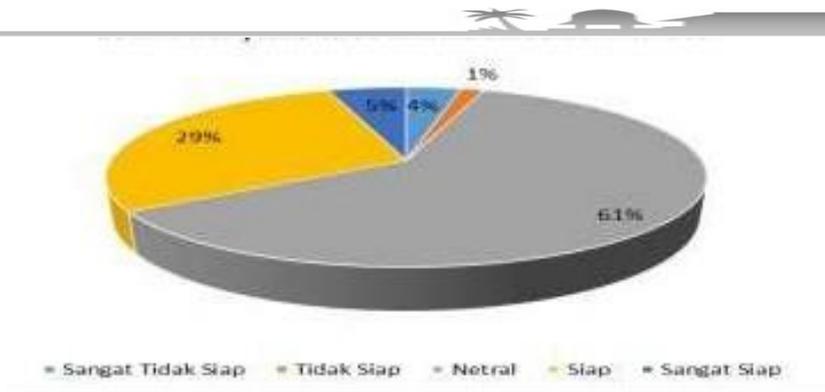
Jawab netral sebesar 46%, jawaban sangat tidak siap sebesar 19%, jawaban siap sebesar 15%, tidak siap 12%, sangat siap 7% dan tidak menjawab 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 1110, atau berada pada kategori netral.



Gambar 5.58 Skor Persepsi Terhadap jenjang Pendidikan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

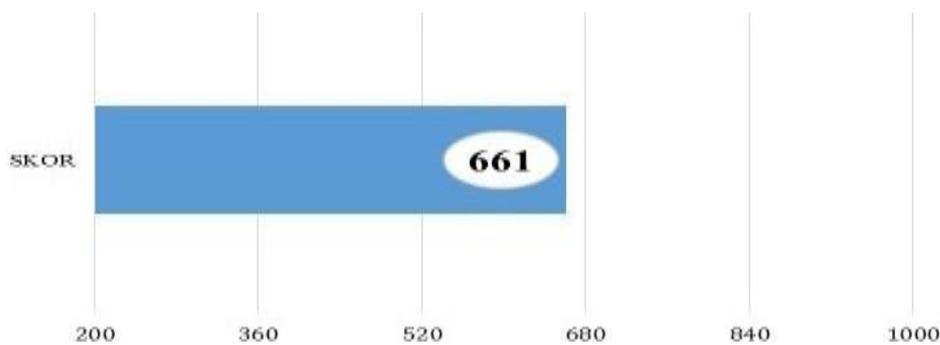
a. **Kesiapan SDM dilihat dari Keterampilan/skill,**

Pertanyaan pertama berkaitan dengan kesiapan SDM dilihat keterampilan/skill. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.59 Persepsi Terhadap kesiapan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban netral sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban sangat siap sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 5.60 Skor Persepsi Terhadap kesiapan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hasil Focus Group Discussion (FGD) dan Wawancara Konektivitas KEK Mandalika.

Analisis

1. Pengembangan Daya Tarik Wisata KEK Mandalika

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa destinasi wisata KEK Mandalika sebagai destinasi prioritas merupakan kawasan ekonomi khusus untuk pariwisata dengan luas 1.035 hektar. Potensi alam KEK Mandalika yaitu Pantai Kuta, Pantai Serenting, Tanjung Aan, Pantai Kelieuw, dan Pantai Gerupuk yang dapat menjadi destinasi baru bagi wisatawan mancanegara dan domestik. KEK Mandalika dikembangkan dan dikelola oleh PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (PPI) Persero atau *Indonesian Tourism*

Development Corporation (ITDC), sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor pengembangan kawasan pariwisata.

KEK Mandalika ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) berdasarkan PP. Nomor 52 Tahun 2014, dimana KEK Mandalika menjadi sektor unggulan untuk wisata bahari, MICE, maupun wisata budaya. Dalam perspektif destinasi wisata berdaya saing, KEK Mandalika merupakan bagian dari salah satu destinasi wisata berdaya saing internasional, yaitu menjadi bagian dalam strategi *Great Bali, Keterpaduan Pengembangan Destinasi* Bali, Lombok-Nusa Tenggara Barat, dan Flores-Nusa Tenggara Timur.

2. Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Kawasan

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa Ketersediaan Aksesibilitas yang mendukung destinasi Mandalika sebagai kawasan khusus dan yang menghubungkan keterhubungan Mandalika dengan destinasi wisata lainnya di Indonesia adalah :

- a. Jalur Udara: Bandara Internasional Lombok (Lombok).
- b. Jalur Laut: Pelabuhan Lembar (Lobar), Pelabuhan Kayangan (Lotim), Pelabuhan Mendana dan Pelabuhan Carik (KLU)
- c. Jalur Darat: Terminal Mandalika (Mataram)

Untuk mempertinggi konektivitas perlu peningkatan pelabuhan laut antar pulau di Pulau Lombok yaitu Pelabuhan Lembar dan Pelabuhan Kayangan. Untuk peningkatan wisman dengan akses laut diperlukan pembangunan pelabuhan cruise dan marina di dalam Kawasan Destinasi Pariwisata Mandalika terutama untuk menarik wisatawan melalui cruise dan yacht.

3. Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan KEK Mandalika

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa ketersediaan Fasilitas Pariwisata di KEK Mandalika terdiri atas Hotel berbintang, Restaurant, Homestay, biro perjalanan

Jumlah hotel dan jasa akomodasi di KEK Mandalika terus bertambah seiring banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke KEK

Mandalika. Hingga akhir tahun 2016, di KEK Mandalika tercatat 51 usaha akomodasi yang terdiri dari 8 hotel bintang, 23 hotel melati, dan 16 jasa akomodasi lainnya. Dari delapan hotel bintang, satu diantaranya merupakan hotel bintang empat, empat diantaranya merupakan hotel bintang tiga, dan tiga lainnya merupakan hotel bintang satu.

4. Upaya Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Model Konektivitas Dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan KEK Mandalika

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa beberapa upaya pemerintah untuk mendukung konektivitas destinasi Pariwisata KEK Mandalika dengan destinasi lainnya di Indonesia adalah:

- a. Membangun kerjasama antar pemerintah daerah untuk membangun konektivitas antar destinasi wisata sehingga arus wisatawan semakin meningkat.
- b. Meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai media dengan menampilkan beberapa daya Tarik wisata di kawasan KEK Mandalika.
- c. menambah jumlah penerbangan dari dan ke bandara International Lombok

5. Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan KEK Mandalika

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa beberapa upaya pemerintah untuk menyiapkan sumber daya manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan pariwisata di kawasan KEK Mandalika adalah sebagai berikut :

1. Membangun Pendidikan tinggi dan menengah khusus bidang pariwisata.
2. Memberikan Pendidikan dan latihan kilat bagi pedagang asongan di kawasan mandalika.
3. melakukan sertifikasi bagi pelayan hotel, restaurant, dan biro perjalanan wisata di kawasan KEK Mandalika

Pembahasan Hasil Analisis Konektivitas Pembangunan Labuan Bajo

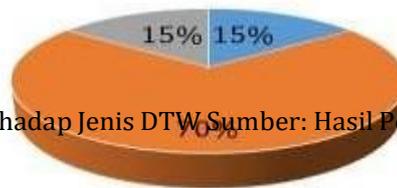
Pengumpulan data Penelitian Analisis Konektivitas Pembangunan Destinasi Pariwisata Labuan Bajo dilakukan dengan dua cara yaitu survei atau pengumpulan data dengan kuesioner, Focus Group Discussion (FGD). Survei dengan penyebaran kuesioner dilaksanakan terhadap 100 responden yang terdiri dari wisatawan nusantara (wisnus) yang berkunjung ke kawasan Labuan Bajodari tanggal 24 s.d 27 November 2017. Survei dilaksanakan di beberapa daya Tarik wisata di Kawasan Labuan Bajoseperti: Pulau Rinca, Pulau Padar, Pulau Komodo, Bandara Komodo, Gua Cermin, Pink Sea dan tempat penjualan souvenir di Manggarai Barat.

Hasil Analisis Kondisi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kawasan Labuan Bajo

Enam pertanyaan untuk menguji kesiapan daya tarik wisata Labuan Bajo sebagai destinasi prioritas dari persepsi wisatawan yang berkunjung. Pertanyaannya sebagai berikut:Apakah Labuan Bajo memiliki daya tari wisata: a. Yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. b. Berbagai produk seperti wisata belanja, kuliner, sightseeing, atraksi budaya dll. c. Makanan dan minuman di destinasi wisata mudah diperoleh. d. Pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan merupakan budaya setempat. e. Penyediaan tempat ibadah layak dan memadai di destinasi wisata. f. Sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

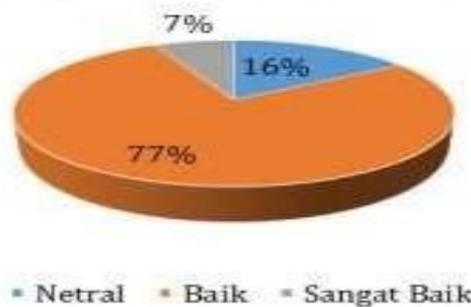
a. Labuan Bajo memiliki DTW meliputi wisata Pantai, budaya dan wisata buatan. Untuk pertanyaan pertama distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.5. Persepsi Terhadap Jenis DTW. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

70% responden menjawab netral, 15% menjawab sangat baik dan 15% sisanya menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400. Jadi untuk pertanyaan pertama berada pada kategori baik.

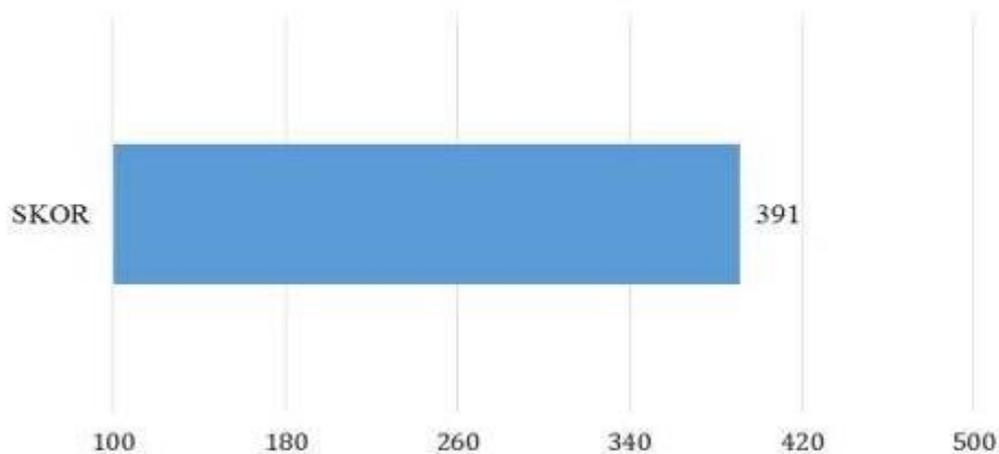
- b. Labuan Bajo memiliki Berbagai Produk Wisata Belanja, Kuliner, Sightseeing, Atraksi Budaya Untuk pertanyaan kedua berkaitan dengan atraksi wisata di Labuan Bajo, distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.7. Persepsi Terhadap Atraksi/Produk Wisata Manado

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

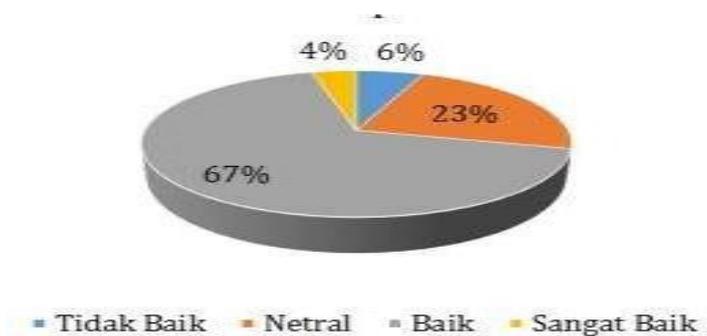
77% responden menjawab netral, 7% menjawab baik dan 7% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kedua dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 391. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor bisa dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.8. Skor Terhadap Atraksi/Produk Wisata
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

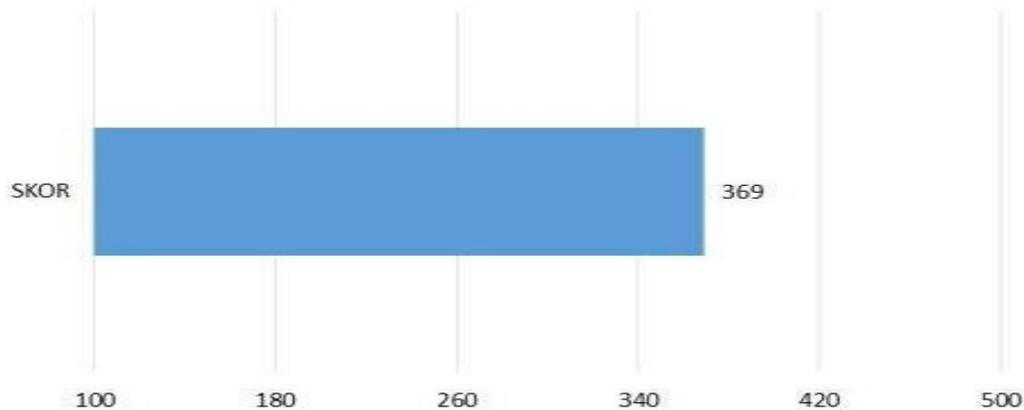
c. Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Mudah Diperoleh

Untuk pertanyaan ketiga berkaitan dengan ketersediaan makanan di destinasi wisata, distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



Gambar 5.9. Persepsi Terhadap Kemudahan Memperoleh Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

67% responden menjawab netral, 23% menjawab baik, 6% menjawab tidak baik dan 4% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kedua dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 369. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor bisa dilihat gambar berikut:

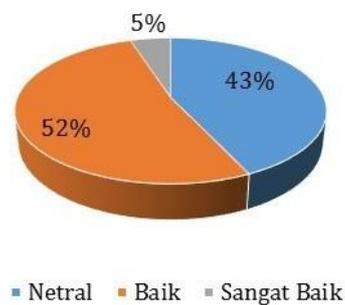


Gambar 5.10. Skor Persepsi Terhadap Kemudahan Memperoleh Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

d. Pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan tidak bertentangan dengan budaya setempat

Pertanyaan keempat berkaitan dengan seni dan budaya yang dipertontonkan.

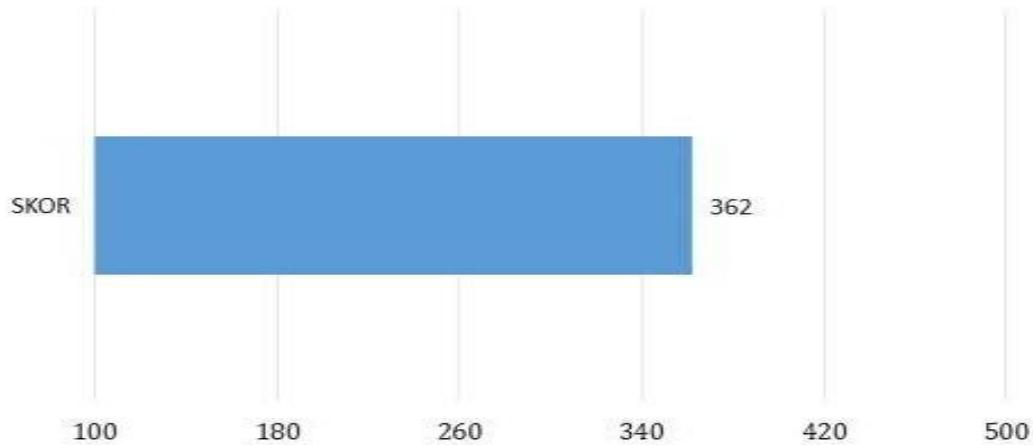
Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.11. Persepsi Terhadap Pertunjukan Seni Budaya di Labuan Bajo Sumber: Hasil Penelitian, 2017

52% menjawab netral, 43% menjawab baik dan 5% menjawab sangat baik.

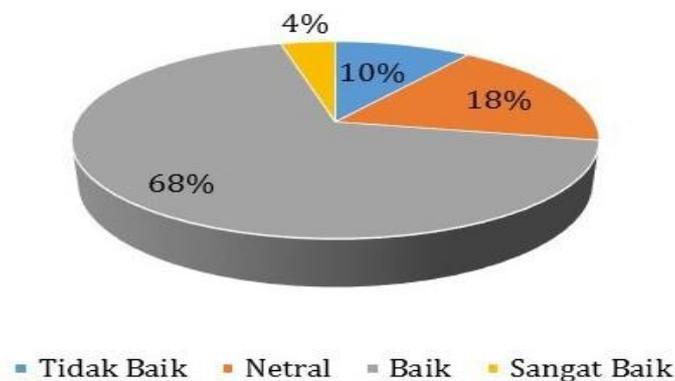
Skoring jawaban pada pertanyaan keempat dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 362. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.12. Skor Persepsi Terhadap Pertunjukan Seni Budaya di Labuan Bajo
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

d. Memiliki DTW yang menyediakan tempat ibadah yang memadai di destinasi wisata

Pertanyaan kelima berkaitan dengan ketersediaan tempat ibadah yang layak di daya tarik wisata. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:

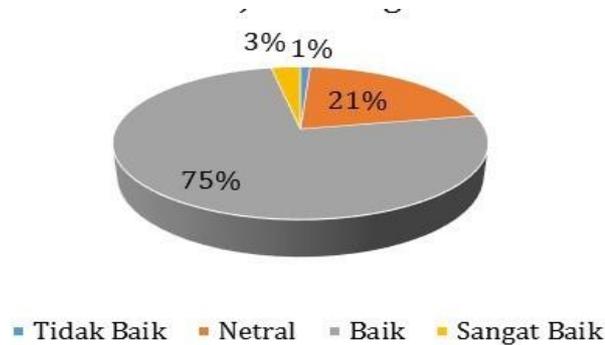


Gambar 5.13. Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat Ibadah di DTW
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

68% responden menjawab netral, 18% menjawab tidak baik, 10% menjawab baik dan 4% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kelima dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 366, atau berada berada pada kategori baik.

f. Sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik

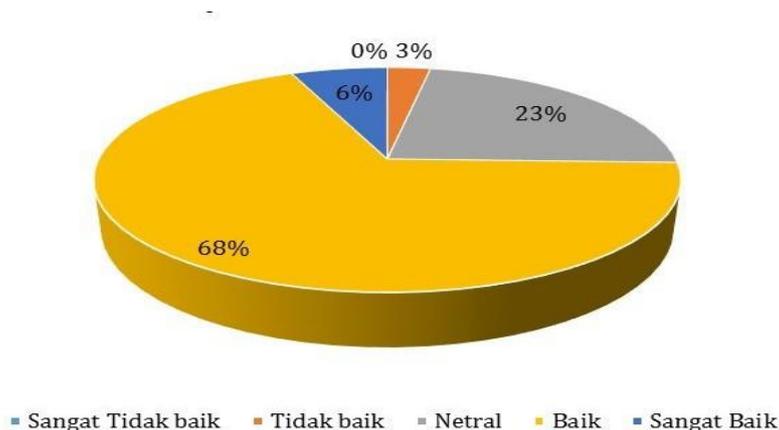
Pertanyaan keenam berkaitan dengan sanitasi pada destinasi wisata di Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.16. Persepsi Terhadap Sanitasi DTW Sumber: Hasil Penelitian, 2017

75% responden menjawab tidak baik, 21% menjawab netral, 3% menjawab baik dan 1% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kelima dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 380, atau berada berada pada kategori baik.

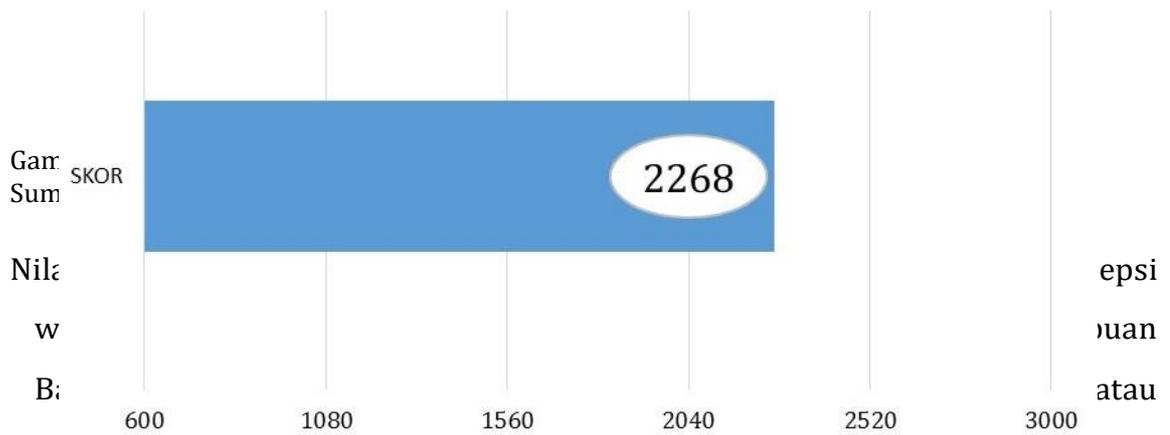
Distribusi frekuensi jawaban untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan daya tarik wisata di Labuan Bajo: Jawaban baik sebanyak 68%, netral sebanyak 23 %, sangat baik sebanyak 6%, tidak baik 3% dan sangat tidak baik 0%.



Gambar 5.18. Akumulasi Persepsi Terhadap DTW Labuan Bajo

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 2286, atau berada berada pada kategori baik.



tujuan bagi wisatawan mancanegara dan nusantara. Jika dilihat dari aspek demografi responden yang 44% diantaranya berpendidikan sarjana (S1), maka jawaban yang diberikan cukup rasional meski hanya pada tataran persepsi.

Hasil Analisis Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Labuan Bajo

Empat pertanyaan untuk menguji kesiapan Aksesibilitas Labuan Bajo sebagai destinasi prioritas dari persepsi wisatawan yang berkunjung.

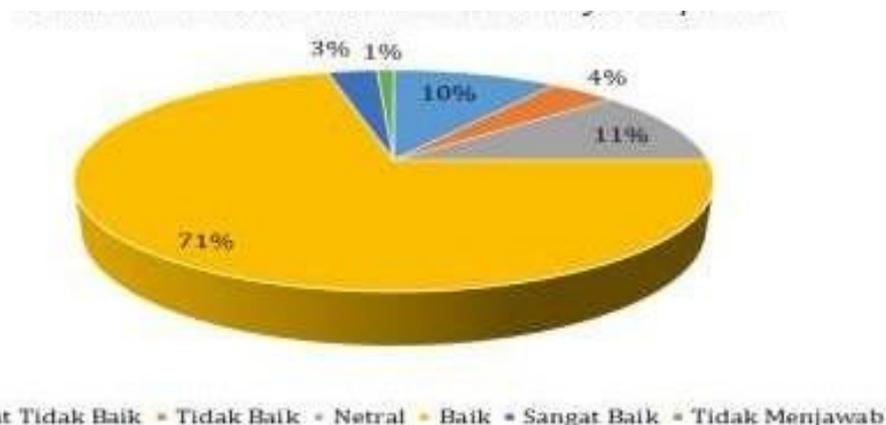
Pertanyaannya

sebagai berikut: Apakah dikawasan Labuan Bajo memiliki : a. Kemudahan mengakses informasi. b. obyek wisata mudah dijangkau. c. Transportasi darat, laut, udara mudah dijangkau. d. Biaya transportasi sesuai standar.

Hasil survei sebagai berikut:

a. Kemudahan akses informasi

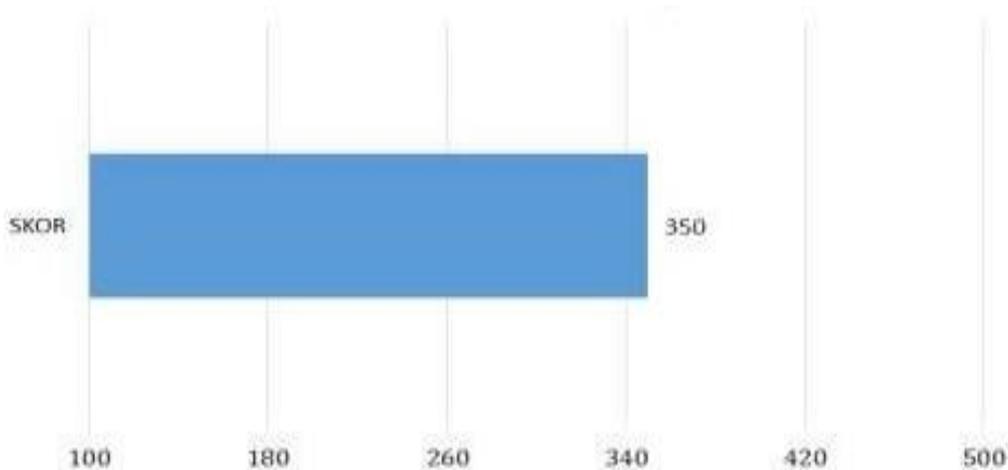
Pertanyaan pertama berkaitan dengan Kemudahan mengakses informasi pada destinasi wisata di Labuan Bajo. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.20 Persepsi Terhadap Akses Informasi di Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017



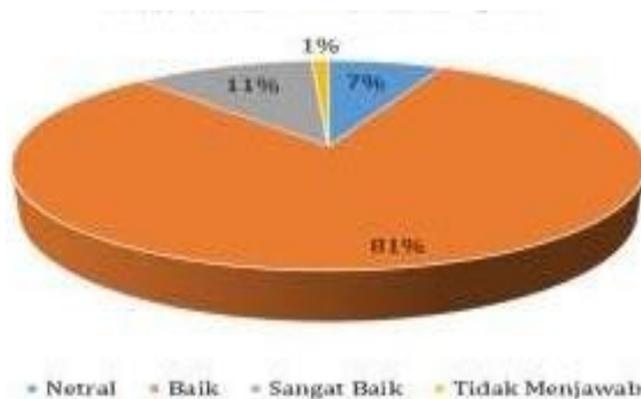
71% responden menjawab sangat baik, 11% menjawab baik, 10% menjawab tidak baik, 4% menjawab netral, 3% menjawab sangat tidak baik dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 350 atau pada kategori baik.



Gambar 5.. Skoring Persepsi Terhadap Akses Informasi Wisata di Labuan Bajo.
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

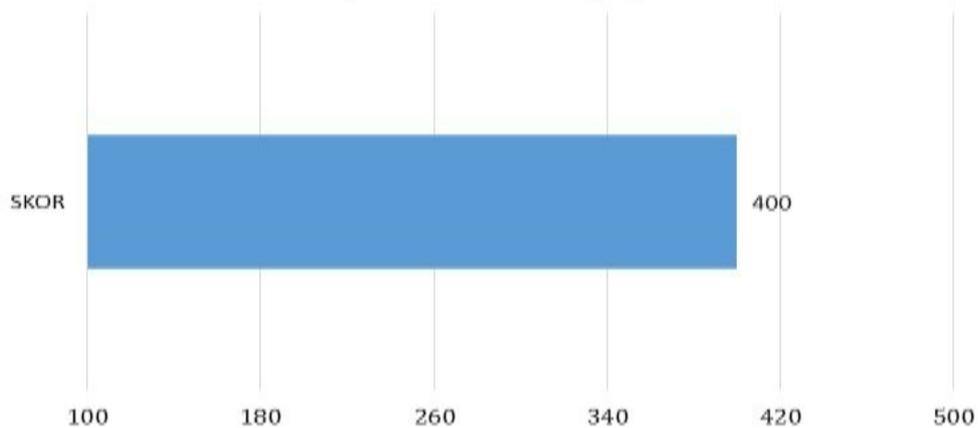
b. Daya Tarik wisata mudah dijangkau

Pertanyaan kedua berkaitan dengan obyek wisata mudah dijangkau pada destinasi wisata Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5. Persepsi Terhadap Keterjangkauan Obyek Wisata di Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

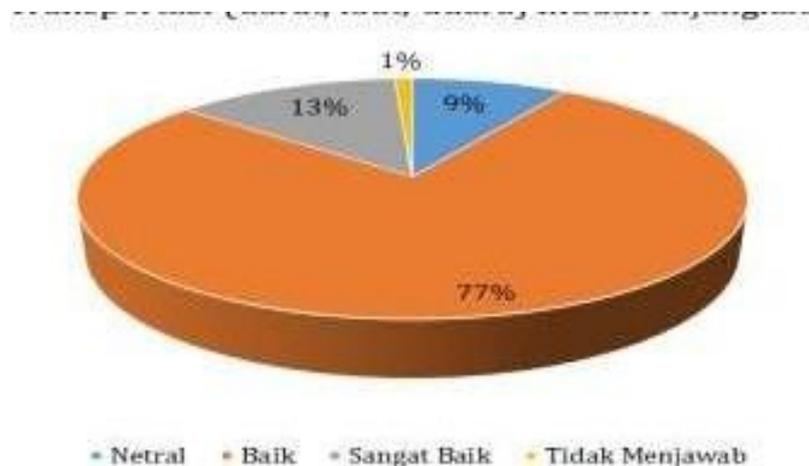
81% responden menjawab baik, 11% menjawab netral, 7% menjawab sangat baik, dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400 atau pada kategori baik.



Gambar 5.. Skoring Persepsi Terhadap Keterjangkauan Obyek Wisata di Labuan Bajo.
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

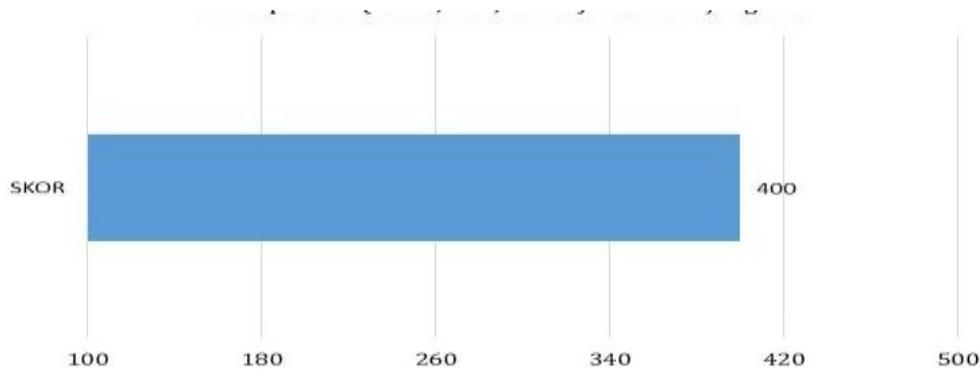
c. Transportasi (darat, laut, udara) mudah dijangkau

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan transportasi darat, laut dan udara mudah dijangkau pada destinasi wisata Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden untuk transportasi seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.. Persepsi Terhadap Keterjangkauan Transportasi di Labuan Bajo
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

77% responden menjawab baik, 13% menjawab sangat baik, 9% netral, 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400 atau pada kategori baik.



Gambar 5.74. Skoring Persepsi Terhadap Keterjangkauan Transportasi di Labuan Bajo. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

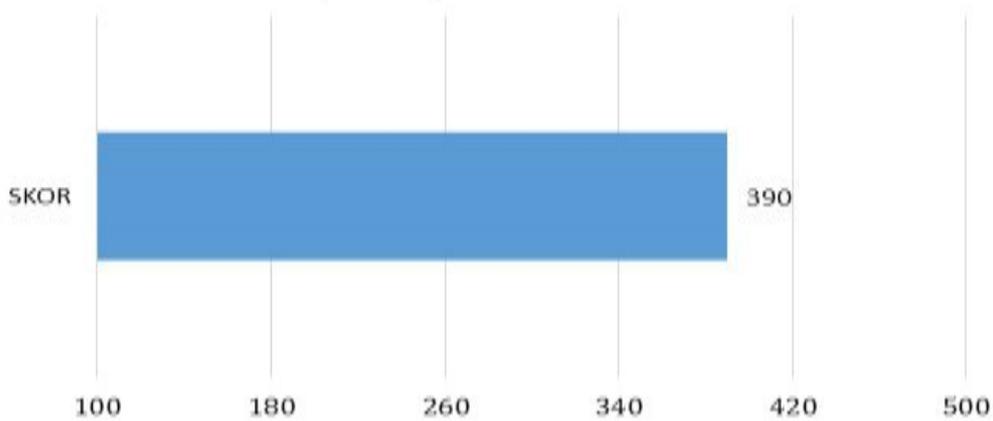
d. Biaya transportasi sesuai standar

Pertanyaan keempat berkaitan dengan biaya transportasi sesuai standar pada destinasi wisata Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden untuk biaya transportasi seperti pada gambar berikut:



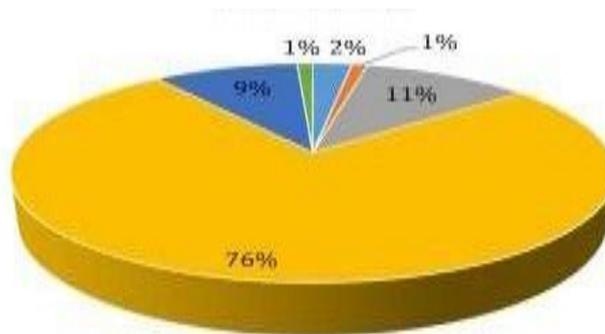
Gambar 5. Persepsi Terhadap Biaya Transportasi di Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

73% responden menjawab tidak baik, 16% menjawab netral, 10% menjawab sangat baik dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 390 atau pada kategori baik.



Gambar 5. Skoring Persepsi Terhadap Biaya Transportasi di Labuan Bajo.
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan aksesibilitas di Labuan Bajo seperti pada gambar berikut:

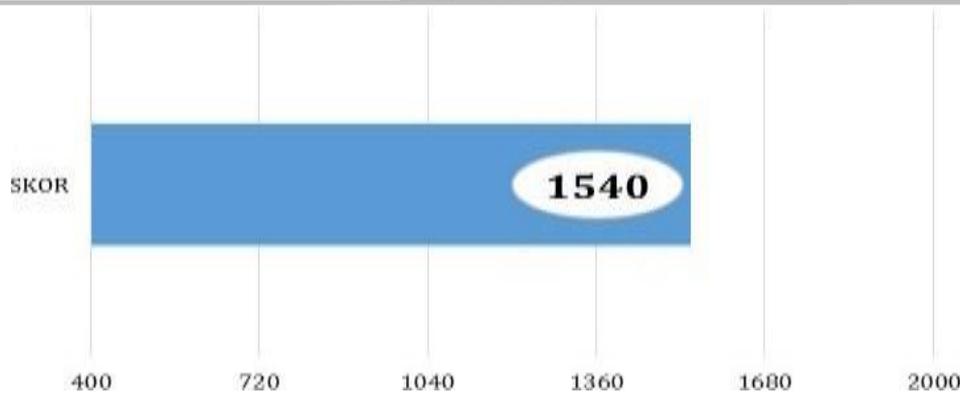


■ Sangat Tidak Baik ■ Tidak Baik ■ Netral ■ Baik ■ Sangat Baik ■ Tidak Menjawab

Gambar 5.. Persepsi Terhadap Aksesibilitas di Labuan Bajo

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban baik sebesar 76%, sangat baik 11%, netral 9%, tidak baik 2%, sangat tidak baik 1% dan tidak menjawab 1%. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 1540 tau pada kategori baik.



Gambar 5.78. Total Skoring Persepsi Terhadap Aksesibilitas di Labuan Bajo.

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

5.2.3. Hasil Analisis Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan Labuan Bajo.

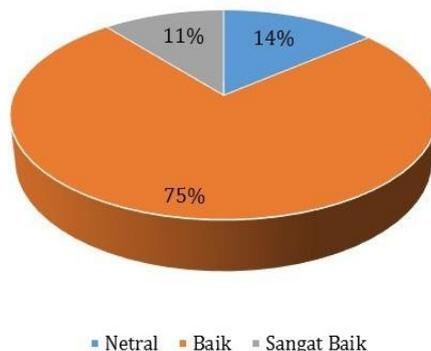
Untuk kategori pasilitas pariwisata terdapat 5 pertanyaan.a. Tersedia hotel dan tempat menginap lainnya.b. Tersedia makanan dan minuman di hotel dan tempat menginap lainnya. c. Suasana hotel aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan keperluan bisnis. d. Sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

1. Hotel

a. Tersedia hotel dan tempat menginap lainnya

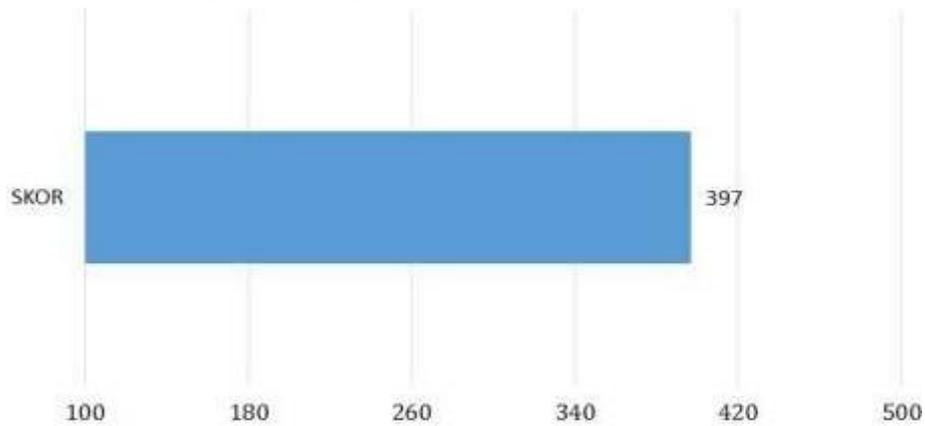
Pertanyaan pertama berkaitan dengan ketersediaan tempat menginap pada destinasi wisata Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.20. Persepsi Terhadap Ketersediaan hotel tempat menginap

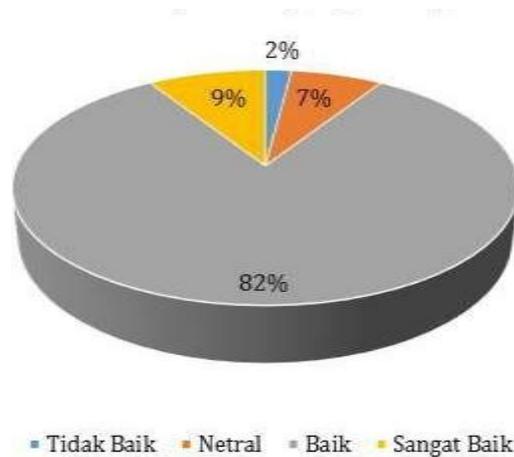
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

75% responden menjawab baik, 14% responden menjawab sangat baik dan 11% menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 397, atau berada berada pada kategori baik.



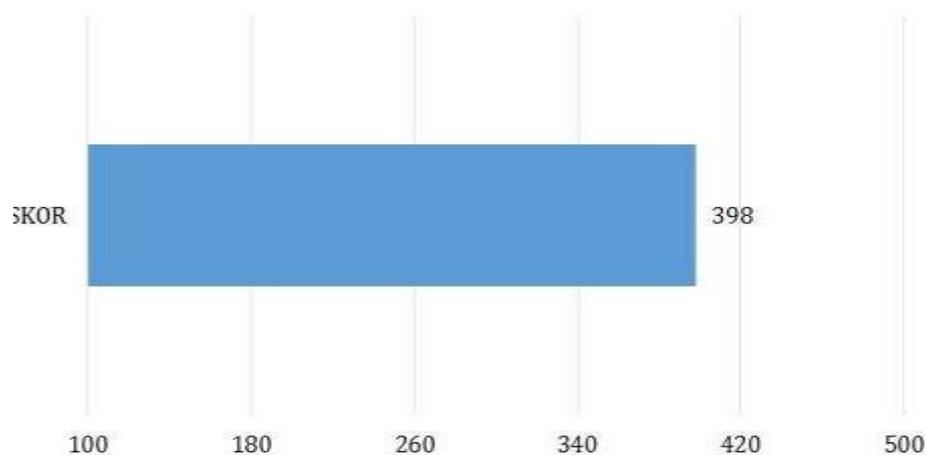
Gambar 5.21. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat menginap
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

b. Tersedia makanan dan minuman di hotel dan tempat menginap lainnya. Pertanyaan ketiga berkaitan dengan ketersediaan makanan dan minuman di Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.24. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat makan dan minum
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

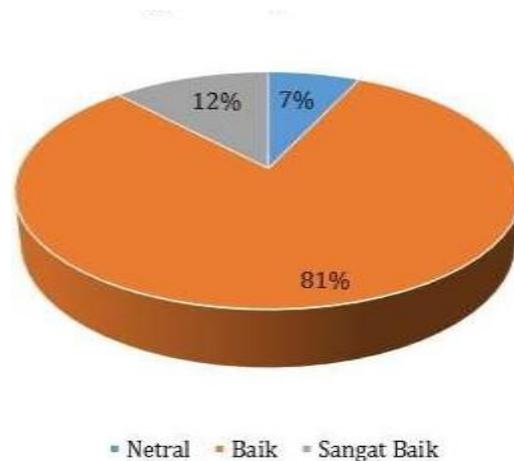
82% responden menjawab sangat baik, 9% responden menjawab baik, 7% responden menjawab netral, dan 2% menjawab tidak baik. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 398, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.25. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan makanan dan minum
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

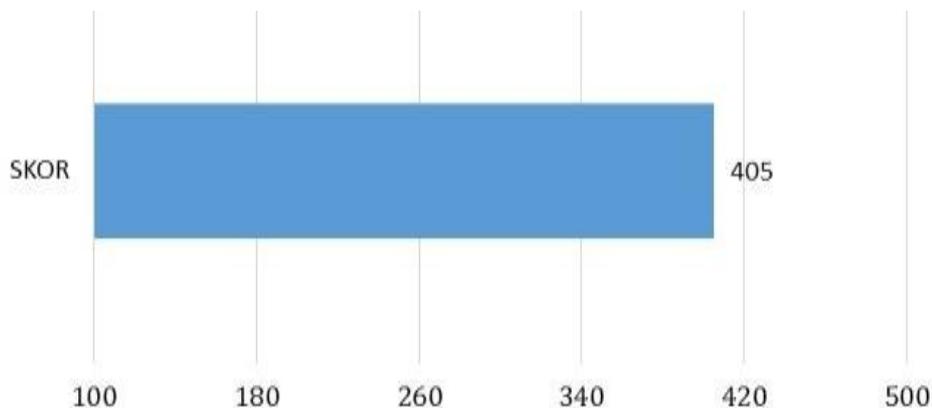
c. Suasana hotel aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan keperluan bisnis.

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan suasana hotel atau tempat menginap lainnya di Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.26. Skor Persepsi Terhadap suasana hotel yang aman, nyaman dan kondusif
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

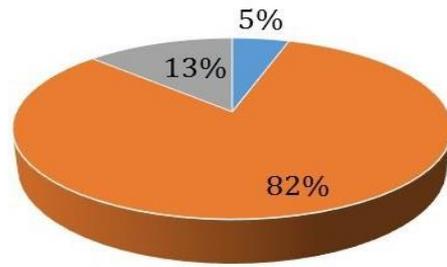
81% responden menjawab sangat baik, 12% responden menjawab baik dan 7% responden menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan ketiga dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 405, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.27. Skor Persepsi Terhadap suasana hotel di Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

d. Sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik.

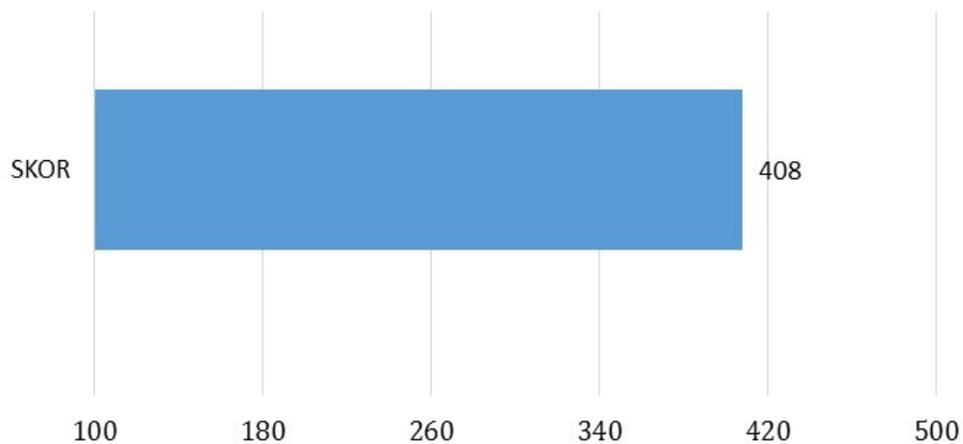
Pertanyaan keempat berkaitan dengan sanitasi (kebersihan) hotel atau tempat menginap lainnya di Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



■ Netral ■ Baik ■ Sangat Baik

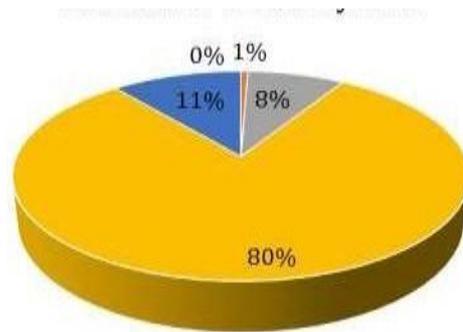
Gambar 5.28. Skor Persepsi Terhadap kebersihan lingkungan hotel
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

82% responden menjawab netral, 12% menjawab baik dan 5% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan ketiga dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 408, atau berada berada pada kategori baik.



Gambar 5.29. Skor Persepsi Terhadap kebersihan hotel Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

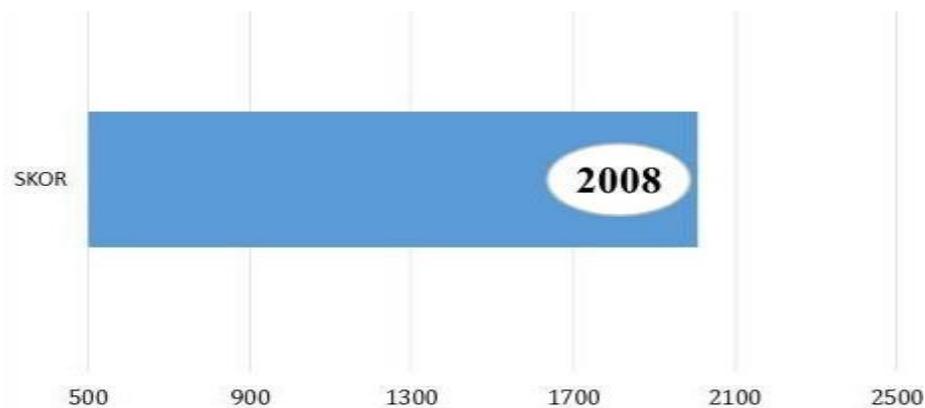
Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan fasilitas pariwisata di Labuan Bajo seperti pada gambar berikut:



■ Sangat tidak baik ■ Tidak baik ■ Netral ■ Baik ■ Sangat baik

Gambar 5.30. Akumulasi Persepsi Terhadap fasilitas pariwisata di Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban netral sebesar 80%, baik 11%, sangat baik 8% tidak baik 1% dan sangat tidak baik 0%. Skor yang menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 2008, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.31. Skor Persepsi Terhadap fasilitas pariwisata di Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hal tersebut menunjukkan bahwa menurut persepsi responden, fasilitas pariwisata dalam hal ini hotel telah siap menjadi penyelenggara destinasi wisata di Labuan Bajo. Seperti halnya pada kelompok pertanyaan pertama mengenai DTW, responden juga belum memahami kriteria hotel yang sesuai standar pariwisata. Atau jawaban dalam kategori baik tersebut merupakan bentuk dukungan wisatawan terhadap pengembangan hotel di Labuan Bajo menjadi hotel yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Hasil FGD, observasi dan wawancara

menunjukkan bahwa tersedia hotel di Labuan Bajo yang menyediakan makanan dan minuman.

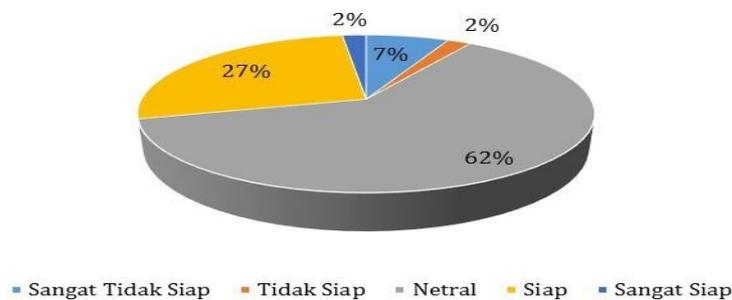
2. Restaurant / Usaha Makanan dan Minuman di Labuan Bajo

Untuk variable yang berkaitan dengan restoran atau usaha penyediaan makanan dan minuman terdapat 2 pertanyaan sebagai berikut: a. Terdapat Restoran yang menyediakan makanan dan minuman. b. Sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

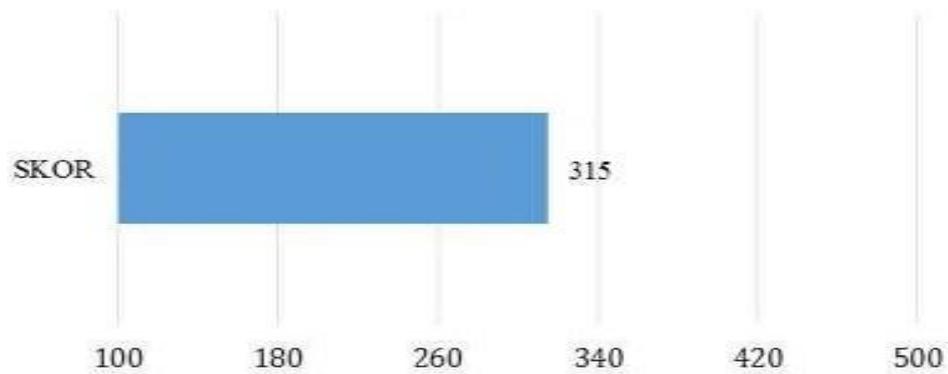
a. Terdapat restoran yang menyediakan makanan dan minuman

Pertanyaan pertama berkaitan dengan ketersediaan restoran dan usaha makanan lainnya di kawasan Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.32. Persepsi Terhadap Ketersediaan Restoran di Labuan Bajo. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

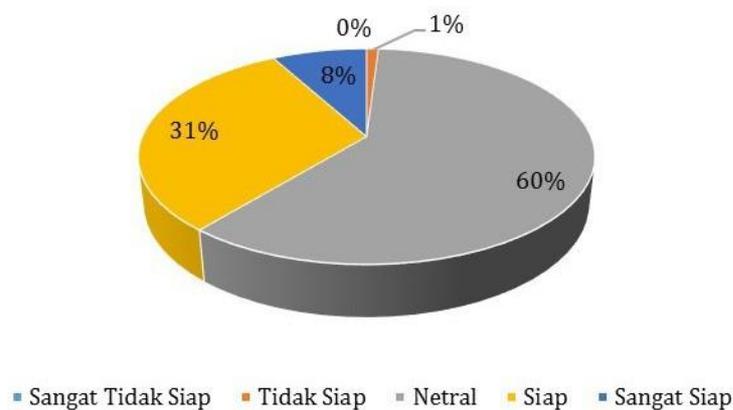
62% responden menjawab siap, 27% responden menjawab netral, 7% responden menjawab sangat tidak siap, 2% responden menjawab sangat siap dan 2% menjawab sangat tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 315, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 5.33.Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Restoran diLabuan Bajo
 Sumber:Hasil Penelitian, 2017

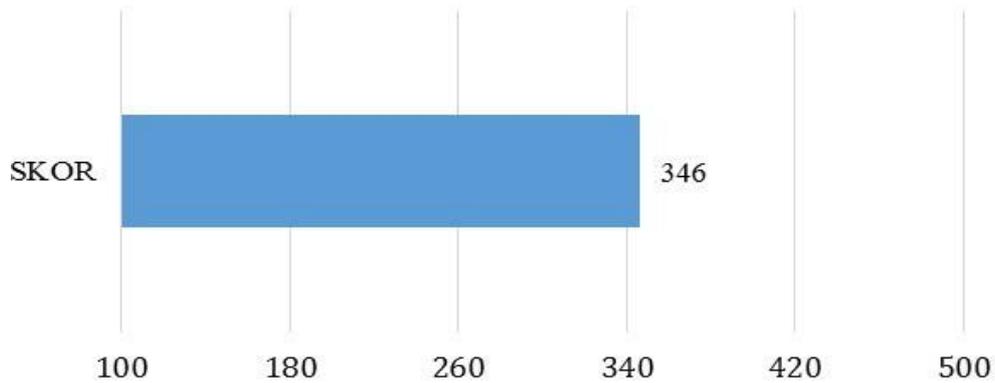
b. Sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik

Pertanyaan kedua untuk menguji kesiapan restoran dari aspek sanitasi atau kebersihan. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



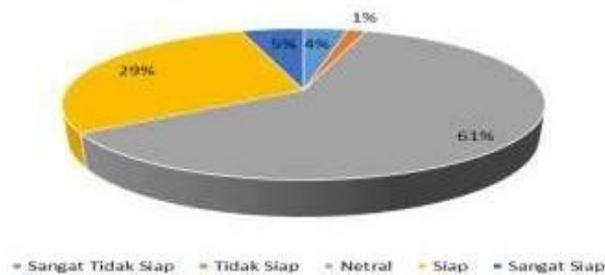
Gambar 5.34.Persepsi Terhadap sanitasi Restoran diLabuan Bajo
 Sumber:Hasil Penelitian, 2017

60% responden menjawab netral, 31% responden menjawab siap, 8% responden menjawab sangat siap, 1% responden menjawab tidak siap dan 0% responden menjawab sangat tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 346, atau berada berada pada kategori netral. skor bisa dilihat pada gambar berikut:



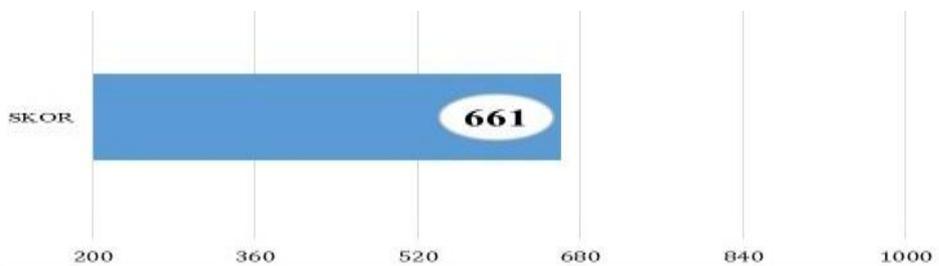
Gambar 5.35.Skor Persepsi Terhadap sanitasi Restoran diLabuan Bajo
 Sumber:Hasil Penelitian, 2017

Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan restoran dan usaha penyedia jasa makanan dan minuman di Labuan Bajo seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.36.Persepsi Terhadap sanitasi Restoran diLabuan Bajo
 Sumber:Hasil Penelitian, 2017

Jawaban netral sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban sangat siap sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 5.37.Skor Persepsi Terhadap Restoran diLabuan Bajo
 Sumber:Hasil Penelitian, 2017

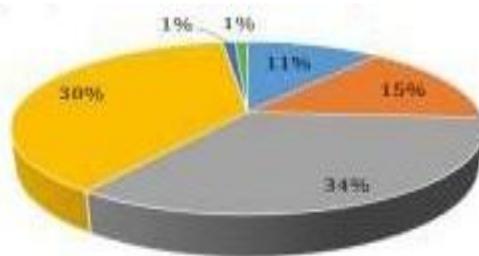
3. Biro Perjalanan Wisata di Labuan Bajo

Kelompok pertanyaan ketiga untuk menguji kesiapan Biro Perjalanan Wisata di Labuan Bajo Terdapat tiga pertanyaan sebagai berikut: a. Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata. b. Memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata. c. Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata.

Hasil survei sebagai berikut:

a. Menyediakan Paket Wisata yang Sesuai Dengan Kriteria Pariwisata

Pertanyaan pertama untuk menguji ketersediaan paket wisata. Distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:

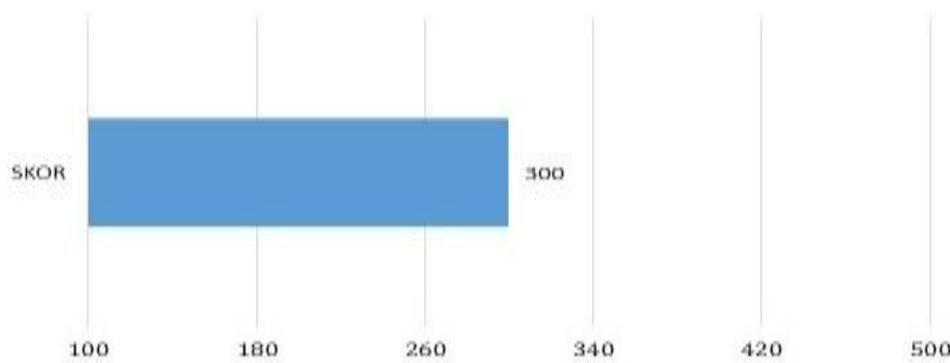


• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

Gambar 5.38. Persepsi Terhadap Paket wisata di Mandalika

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

38% responden menjawab netral, 34% menjawab siap, 15% menjawab tidak siap, 11% menjawab sangat tidak siap, 1% menjawab sangat siap dan 1% menjawab tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 300 atau pada kategori netral.



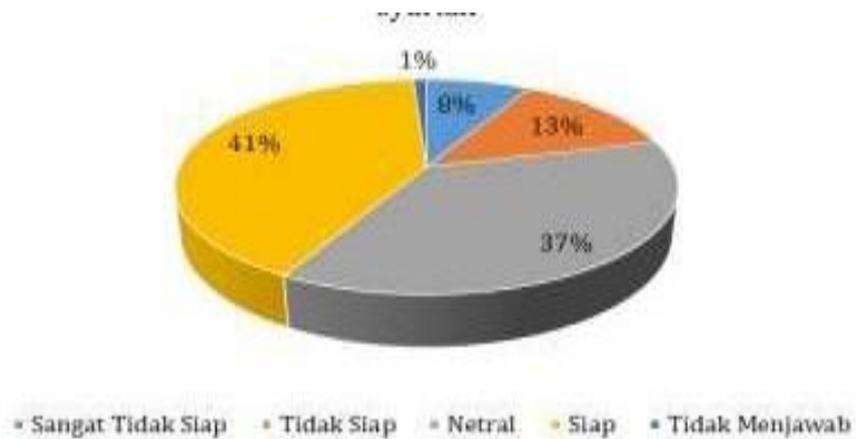
Gambar 5.39. Skoring Persepsi Terhadap Paket wisata di Labuan Bajo

Sumber:Hasil Penelitian, 2017

b. Perjalanan Wisata:

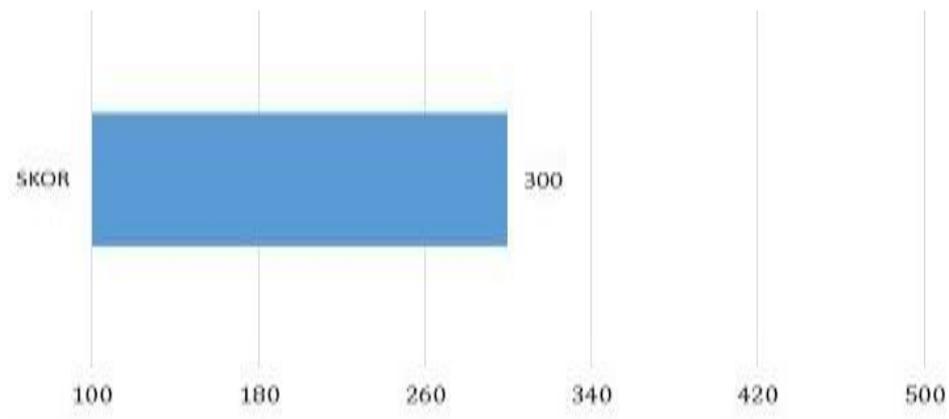
Memiliki Daftar Akomodasi yang Sesuai Dengan Panduan Umum Akomodasi Pariwisata

Pertanyaan kedua berkaitan dengan daftar akomodasi. Distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



Gambar 5.40.Persepsi Terhadap ketersediaan akomodasi di Labuan Bajo
 Sumber:Hasil Penelitian, 2017

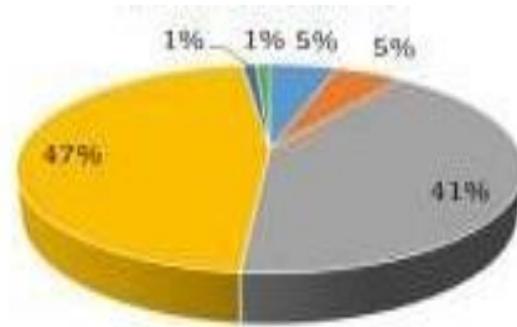
41% responden menjawab netral, 37% menjawab siap, 13% menjawab tidak siap, 8% menjawab sangat tidak siap dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 300 atau pada kategori netral.



Gambar 5.41.Skoring Persepsi Terhadap ketersediaan akomodasi di Labuan Bajo
 Sumber:Hasil Penelitian, 2017

c. Memiliki Daftar Usaha Penyedia Makanan dan Minuman yang Sesuai Dengan Panduan Umum Usaha Penyedia Makanan dan Minuman Pariwisata.

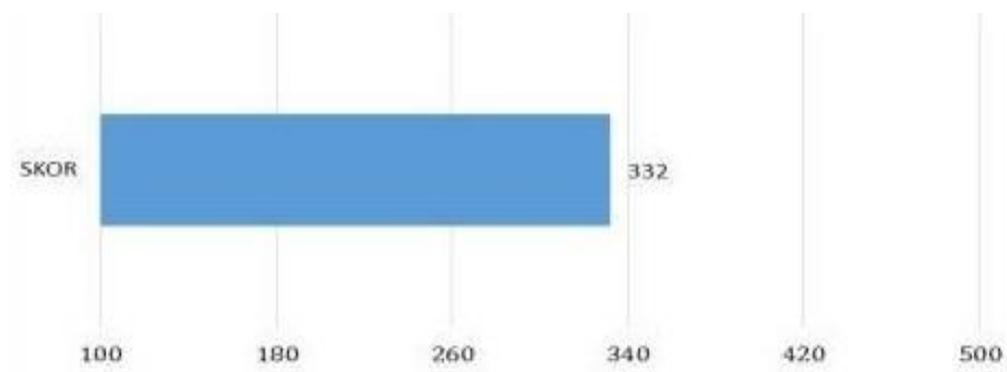
Pertanyaan ketiga berkaitan dengan daftar usaha penyedia makanan dan minuman. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

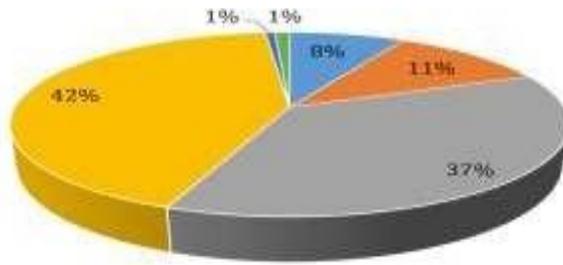
Gambar 5.42. Persepsi Terhadap ketersediaan Makanan dan Minuman di Labuan Bajo Sumber: Hasil Penelitian, 2017

47% responden menjawab netral, 41% menjawab siap, 5% menjawab tidak siap, 5% menjawab sangat tidak siap, 1% menjawab sangat siap dan 1% tidak menjawab. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 332 atau pada kategori netral.



Gambar 5.43. Skoring Persepsi Terhadap ketersediaan Makanan dan Minuman di Labuan Bajo Sumber: Hasil Penelitian, 2017

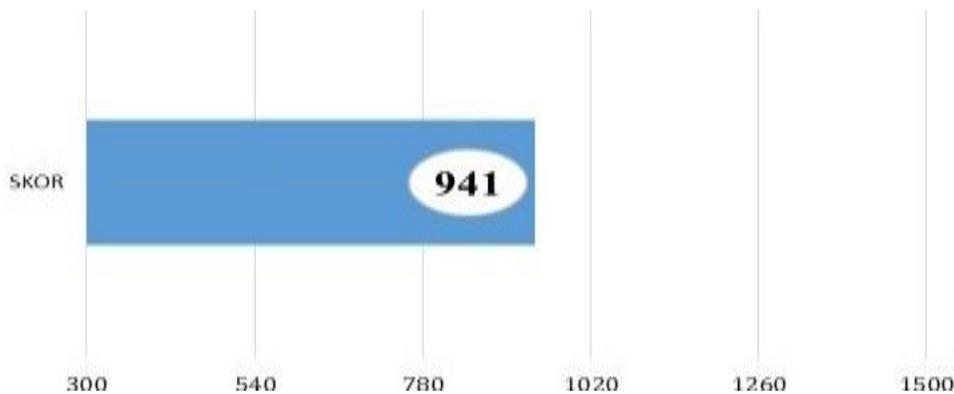
Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan BPW di Labuan Bajo seperti pada gambar berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

Gambar 5.44. Persepsi BPWdiLabuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban siap sebesar 42%, siap 37%, netral, 11%, siap 8%, sangat siap 1% dan tidak menjawab 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 941 atau pada kategori netral.



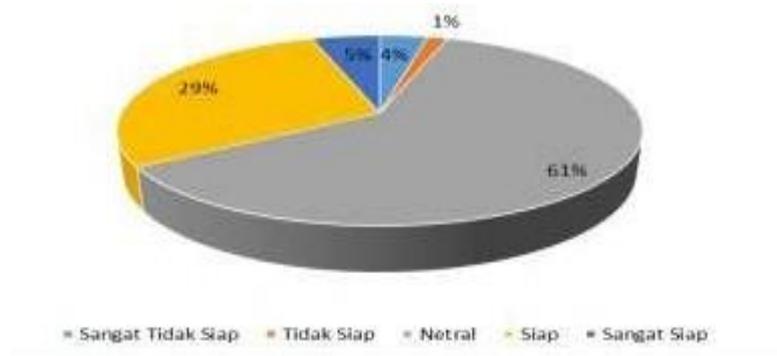
Gambar 5.45. Total Skoring Persepsi BPWdiLabuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hasil Analisis Upaya Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Model Konektivitas Dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan Labuan Bajo

Tiga pertanyaan untuk menguji upaya kebijakan pemerintah dalam mewujudkan model konektivitas dalam mendukung perjalanan wisata pada Labuan Bajo. Pertanyaannya sebagai berikut: Upaya apa yang dilakukan pemerintah dalam mendukung peningkatan jumlah wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo: a. Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social, b. Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas. c. Penambahan jumlah flight ke BIL.

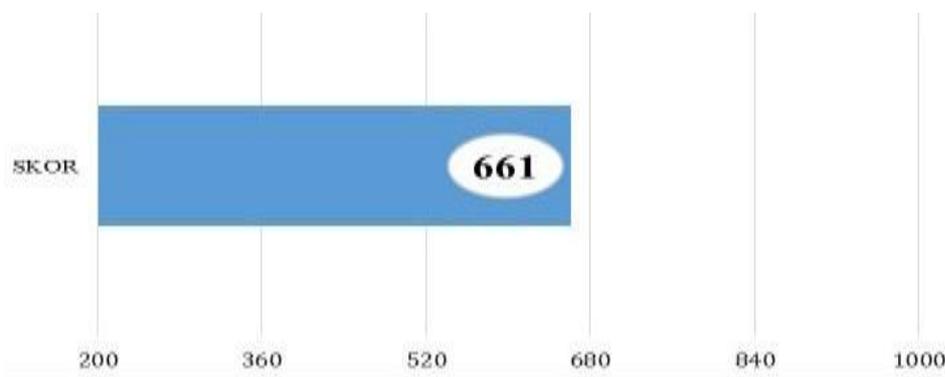
Hasil survei sebagai berikut:

a. **Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social,** Pertanyaan pertama berkaitan dengan Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social,. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



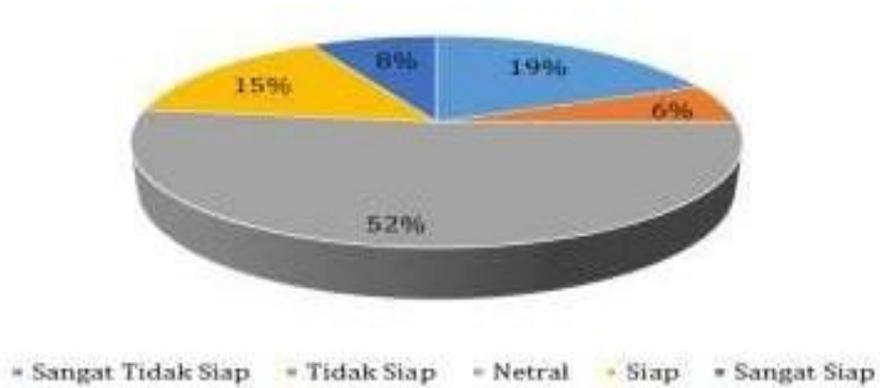
Gambar 5.46. Persepsi Terhadap Promosi melalui media cetak, elektro, jejaring social
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban netral sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban sangat siap sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada pada kategori netral.



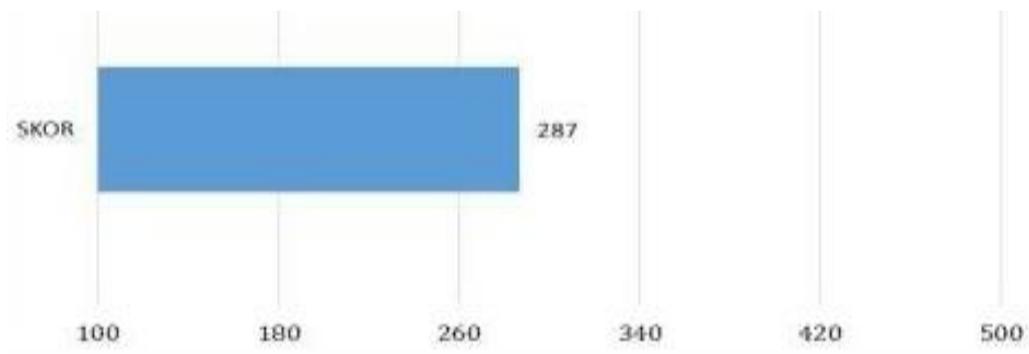
Gambar 5.47. Skor Persepsi Terhadap Promosi melalui media cetak, elektro, jejaring social. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

b. Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas, Pertanyaan kedua berkaitan dengan Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5..Persepsi Terhadap kerjasama antar pemerintah daerah
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

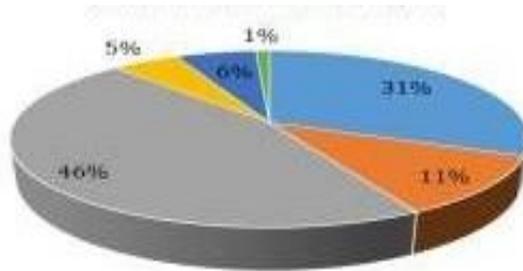
52% responden menjawab netral, 19% responden menjawab siap, 15% menjawab tidak siap, 8% menjawab sangat tidak siap dan 6% menjawab tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 287, atau berada pada kategori netral.



Gambar 5.48. Skor Persepsi Terhadap kerjasama antar pemerintah daerah
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

c. Penambahan jumlah flight ke Bandara Komodo

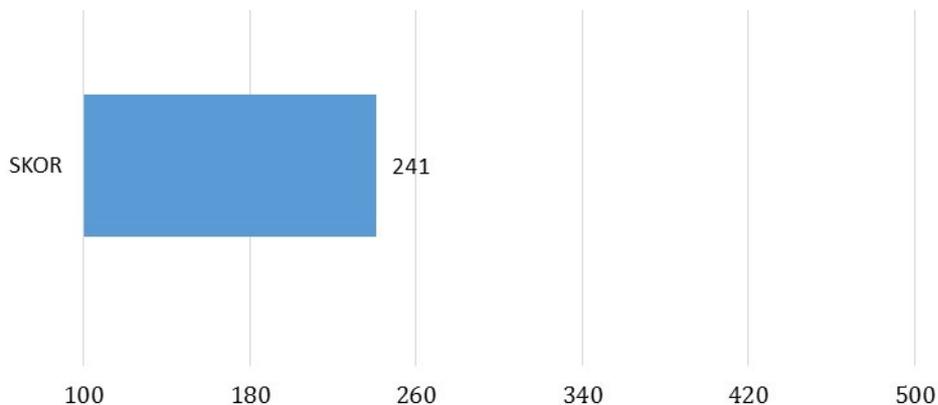
Pertanyaan pertama berkaitan dengan Penambahan jumlah flight ke Bandara Komodo. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

Gambar 5.49. Persepsi Terhadap penambahan jumlah flight ke Bandara Komodo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

46% responden menjawab siap, 31% menjawab sangat siap, 11% menjawab kurang siap, 6% sangat netral, 5% kurang siap dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan skal Likert menghasilkan nilai 241 atau berada pada kategori tidak siap. Skor dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.50. Skor Persepsi Terhadap penambahan jumlah flight ke BIL
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

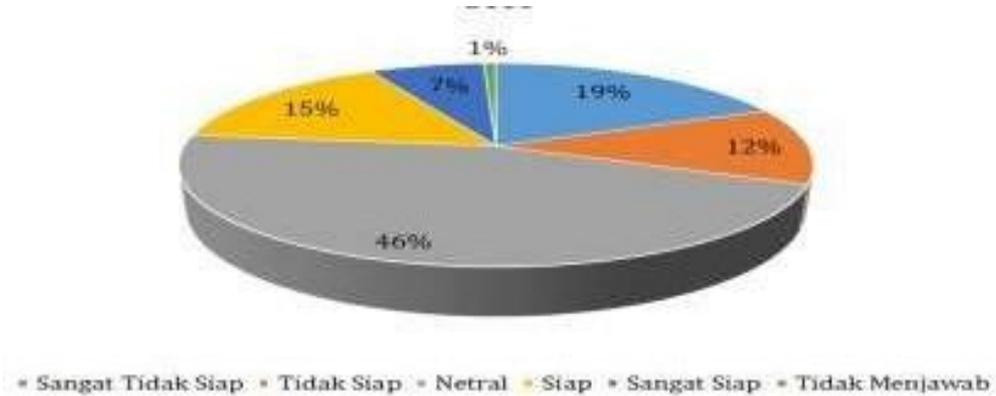
Hasil Analisis Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan Labuan Bajo

Dua pertanyaan untuk menguji kesiapan sumber daya manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan industri di kawasan Labuan Bajo. Pertanyaannya sebagai berikut: bagaimana kesiapan sumber daya manusia dilihat dari Kompetensi

Hasil survei sebagai berikut:

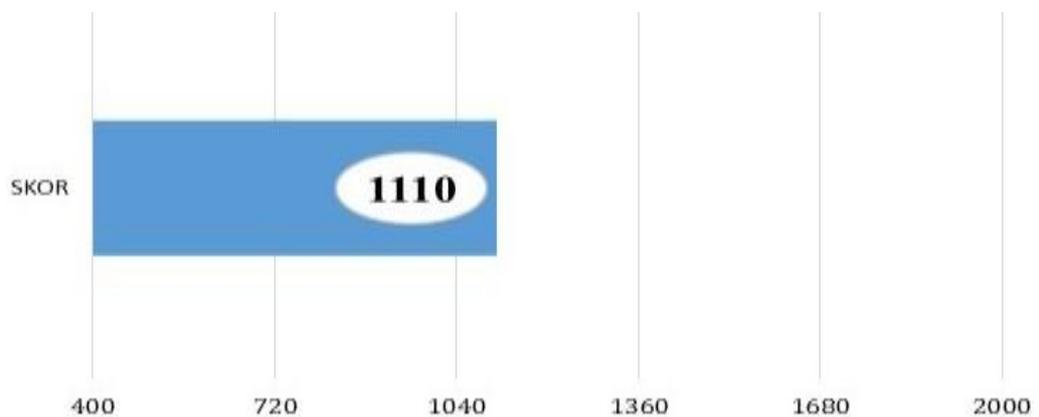
a. **Kesiapan SDM dilihat dari Jenjang Pendidikan,**

Pertanyaan pertama berkaitan dengan kesiapan SDM dilihat dari kompetensi. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.51 Persepsi Terhadap jenjang Pendidikan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

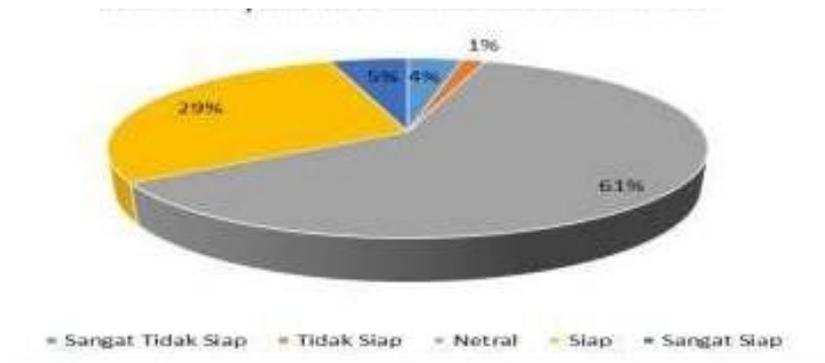
Jawabansiap sebesar 46%, jawabansangat tidak siap sebesar 19%, jawaban netral sebesar 15%, tidak siap 12%, sangat siap 7% dan tidak menjawab 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 1110, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 5.52 Skor Persepsi Terhadap jenjang Pendidikan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

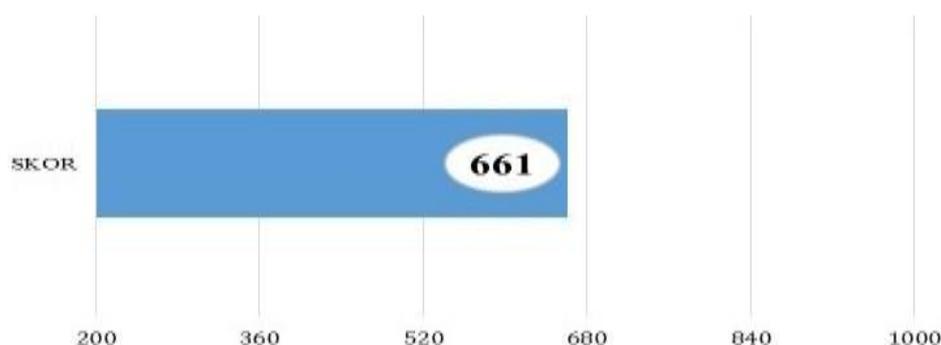
a. **Kesiapan SDM dilihat dari Kompetensi**

Pertanyaan pertama berkaitan dengan kesiapan SDM dilihat Kompetensi. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.53 Persepsi Terhadap kesiapan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban netral sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban sangat siap sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 5.54 Skor Persepsi Terhadap kesiapan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hasil Focus Group Discussion (FGD) dan Wawancara Konektivitas Labuan Bajo.

Analisis

1. Pengembangan Daya Tarik Wisata Labuan Bajo

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa destinasi wisata Labuan Bajo sebagai destinasi prioritas merupakan kawasan pariwisata dengan luas 9.450 km². Potensi alam Labuan Bajo yaitu Pulau Rinca, Pulau Padar, Pulau Komodo, Pink sea, Gua Cermin, yang menjadi destinasi bagi wisatawan mancanegara dan domestik.

Labuan Bajo ditetapkan sebagai sektor unggulan untuk wisata bahari, MICE, maupun wisata budaya. Dalam perspektif destinasi wisata berdaya saing,



Labuan Bajo merupakan bagian dari salah satu destinasi wisata berdaya saing internasional, yaitu menjadi bagian dalam strategi *Great Bali, Keterpaduan Pengembangan Destinasi* Bali, Lombok-Nusa Tenggara Barat, dan Flores-Nusa Tenggara Timur.

2. Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Kawasan

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa Ketersediaan Aksesibilitas yang mendukung destinasi Labuan Bajo sebagai kawasan khusus dan yang menghubungkan keterhubungan Labuan Bajo dengan destinasi wisata lainnya di Indonesia adalah :

- a. Jalur Udara: Bandara Komodo (Flores).
- b. Jalur Laut : Pelabuhan Bajo Manggarai Barat

Untuk mempertinggi konektivitas perlu peningkatan pelabuhan laut antar pulau. Untuk peningkatan wisman dengan akses laut diperlukan pembangunan pelabuhan cruise dan marina di dalam Kawasan Destinasi Pariwisata Labuan Bajo terutama untuk menarik wisatawan melalui cruise dan yacht.

3. Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan Labuan Bajo

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa ketersediaan Fasilitas Pariwisata di Labuan Bajo terdiri atas Hotel berbintang, Restaurant, Homestay, biro perjalanan.

Jumlah hotel dan jasa akomodasi di Labuan Bajo terus bertambah seiring banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Labuan Bajo. Hingga akhir tahun 2016, di Labuan Bajo tercatat 30 usaha akomodasi yang terdiri dari 3 hotel bintang, 23 hotel melati, dan 4 jasa akomodasi lainnya. Dari 3 hotel bintang, satu diantaranya merupakan hotel bintang empat, 2 diantaranya merupakan hotel bintang tiga, dan lainnya merupakan hotel bintang satu.

4. Upaya Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Model Konektivitas Dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan Labuan Bajo

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa beberapa upaya pemerintah untuk mendukung konektivitas destinasi Pariwisata Labuan Bajo dengan destinasi lainnya di Indonesia adalah:

- a. Membangun kerjasama antar pemerintah daerah untuk membangun konektivitas antar destinasi wisata sehingga arus wisatawan semakin meningkat.
- b. Meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai media dengan menampilkan beberapa daya tarik wisata di kawasan Labuan Bajo.
- c. menambah jumlah penerbangan dari dan ke bandara Komodo

5. Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan Labuan Bajo

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa beberapa upaya pemerintah untuk menyiapkan sumber daya manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan pariwisata di kawasan Labuan Bajo adalah sebagai berikut :

1. Membangun Pendidikan tinggi dan menengah khusus bidang pariwisata.
2. Memberikan Pendidikan dan latihan kilat bagi pedagang asongan di kawasan Labuan Bajo.
3. melakukan sertifikasi bagi pelayan hotel, restaurant, dan biro perjalanan wisata di kawasan Labuan Bajo

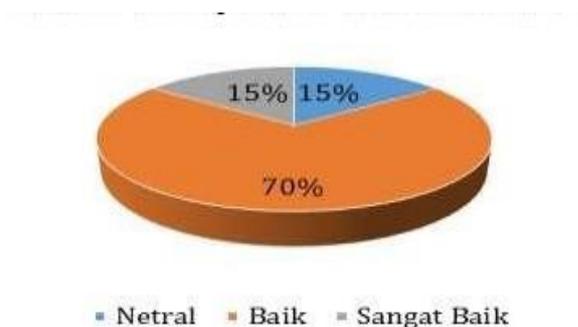
Pembahasan Hasil Analisis Konektivitas Pembangunan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Hasil Analisis Kondisi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Enam pertanyaan untuk menguji kesiapan daya tarik wisata Bromo Tengger Semeru sebagai destinasi prioritas dari persepsi wisatawan yang berkunjung. Pertanyaannya sebagai berikut: Apakah Bromo Tengger Semeru memiliki daya tarik wisata: a. Yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. b. Berbagai produk seperti wisata belanja, kuliner, sightseeing, atraksi budaya dll. c. Makanan dan minuman di destinasi wisata mudah diperoleh. d. Pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan merupakan budaya setempat. e. Penyediaan tempat ibadah layak dan memadai di destinasi wisata. f. Sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

a. Bromo Tengger Semeru memiliki DTW meliputi wisata alam, wisata buatan. Untuk pertanyaan pertama distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:

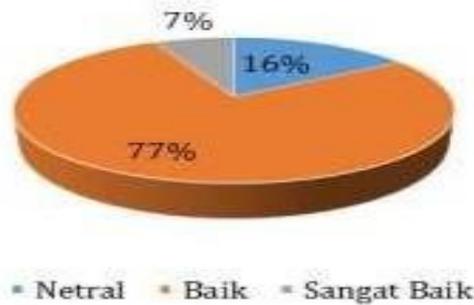


Gambar 5.55. Persepsi Terhadap Jenis DTW

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

70% responden menjawab sangat baik, 15% menjawab baik dan 15% sisanya menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400. Jadi untuk pertanyaan pertama berada pada kategori baik.

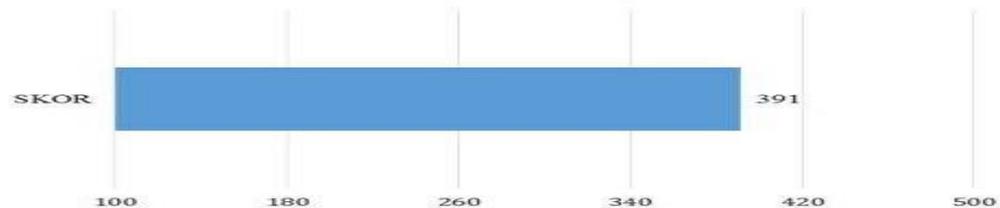
b. Bromo Tengger Semeru memiliki Berbagai Produk Wisata Belanja, Kuliner, Sightseeing, Atraksi Budaya Untuk pertanyaan kedua berkaitan dengan atraksi wisata di Labuan Bajo, distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.56. Persepsi Terhadap Atraksi/Produk Wisata

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

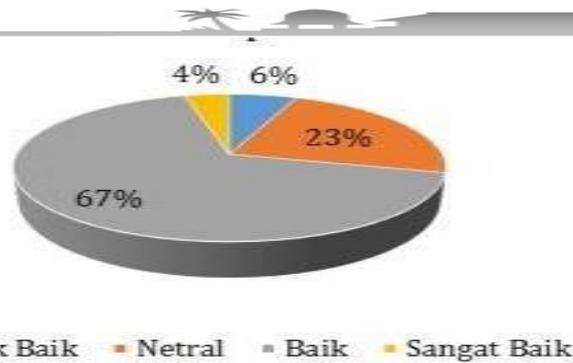
77% responden menjawab sangat baik, 7% menjawab baik dan 7% menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan kedua dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 391. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor bisa dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.5 7. Skor Terhadap Atraksi/Produk Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

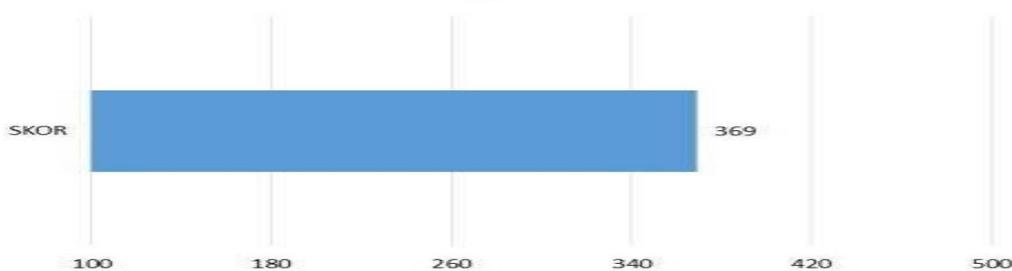
c. Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Mudah Diperoleh

Untuk pertanyaan ketiga berkaitan dengan ketersediaan makanan di destinasi wisata, distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



Gambar 5.57. Persepsi Terhadap Kemudahan Memperoleh Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

67% responden menjawab sangat baik, 23% menjawab baik, 6% menjawab netral dan 4% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kedua dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 369. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor bisa dilihat gambar berikut:

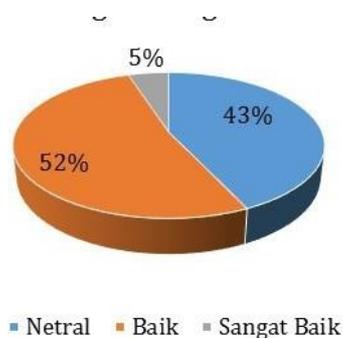


Gambar 5.58. Skor Persepsi Terhadap Kemudahan Memperoleh Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata Sumber: Hasil Penelitian, 2017

d. Pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan tidak bertentangan dengan budaya setempat

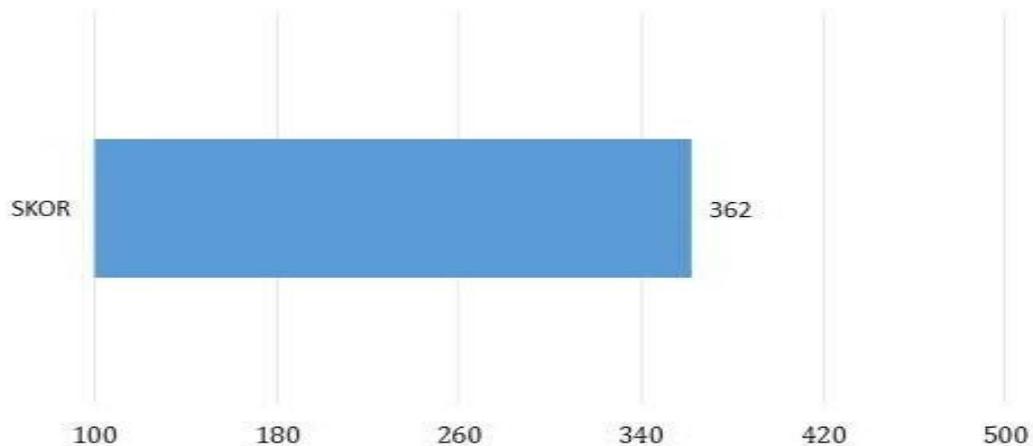
Pertanyaan keempat berkaitan dengan seni dan budaya yang dipertontonkan.

Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.59. Persepsi Terhadap Pertunjukan Seni Budaya di BTS Sumber: Hasil Penelitian, 2017

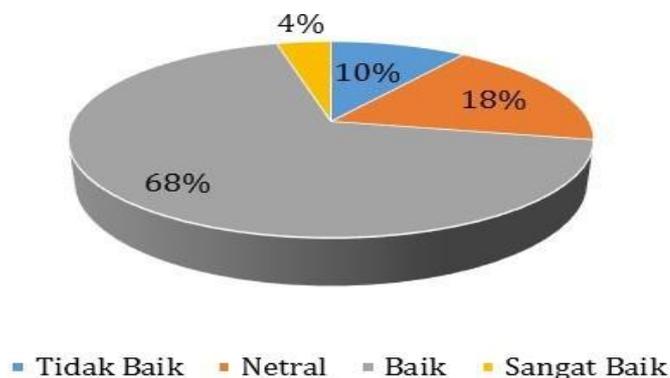
52% menjawab netral, 43% menjawab baik dan 5% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan keempat dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 362. Jadi untuk pertanyaan kedua berada pada kategori baik. Skor dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.60. Skor Persepsi Terhadap Pertunjukan Seni Budaya di BTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

e. Bromo Tengger Semeru memiliki DTW yang menyediakan tempat ibadah yang memadai di destinasi wisata

Pertanyaan kelima berkaitan dengan ketersediaan tempat ibadah yang layak di daya tarik wisata. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



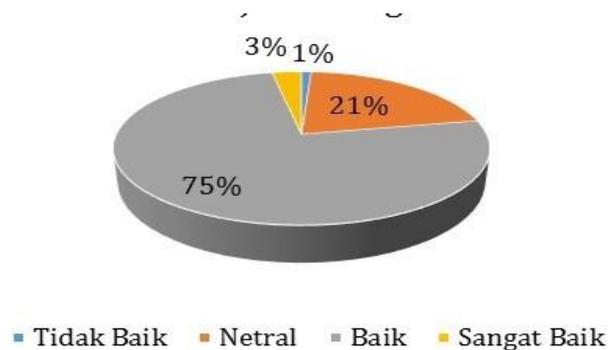
Gambar 5.61. Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat Ibadah di DTWBTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

68% responden menjawab netral, 18% menjawab tidak baik, 10% menjawab baik dan 4% menjawab sangat baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kelima

dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 366, atau berada berada pada kategori baik.

f. Sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik

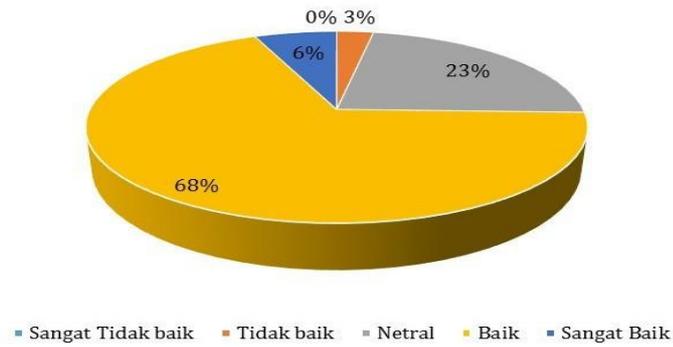
Pertanyaan keenam berkaitan dengan sanitasi pada destinasi wisata di Mandalika. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.6.2 Persepsi Terhadap Sanitasi DTW Sumber: Hasil Penelitian, 2017

75% responden menjawab sangat baik, 21% menjawab baik, 3% menjawab netral dan 1% menjawab tidak baik. Skoring jawaban pada pertanyaan kelima dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 380, atau berada berada pada kategori baik.

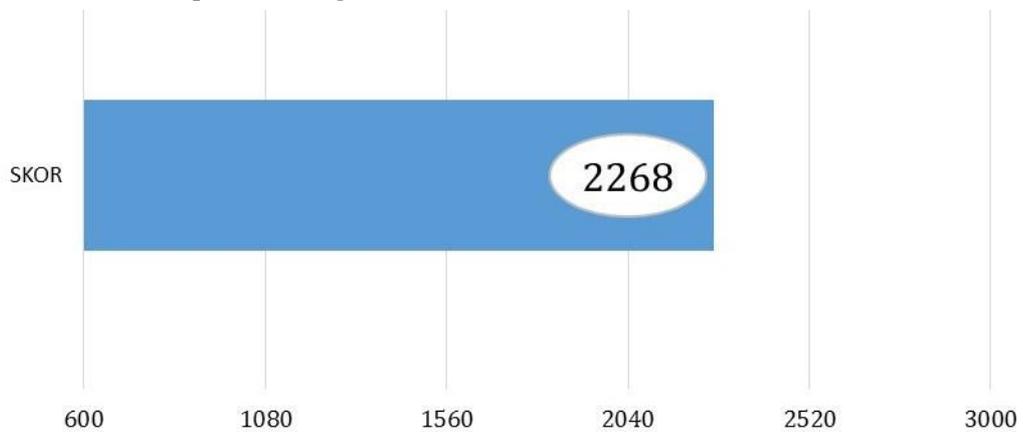
Distribusi frekuensi jawaban untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan daya tarik wisata di Bromo Tengger Semeru: Jawaban baik sebanyak 68%, netral sebanyak 23 %, sangat baik sebanyak 6%, tidak baik 3% dan sangat tidak baik 0%.



Gambar 5.63. Akumulasi Persepsi Terhadap DTW BTS

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 2286, atau berada berada pada kategori baik.



Gambar 5.64. Skor Akumulasi Persepsi Terhadap DTW BTS

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Nilai yang tinggi untuk kategori baik (2268) menunjukkan bahwa dari persepsi wisatawan yang berkunjung ke Bromo Tengger Semeru, sebagian besar menilai Bromo Tengger Semeru dari aspek daya tarik wisata siap menjadi destinasi wisata prioritas atau tujuan bagi wisatawan mancanegara dan nusantara. Jika dilihat dari aspek demografi responden yang 44% diantaranya berpendidikan sarjana (S1), maka jawaban yang diberikan cukup rasional meski hanya pada tataran persepsi.

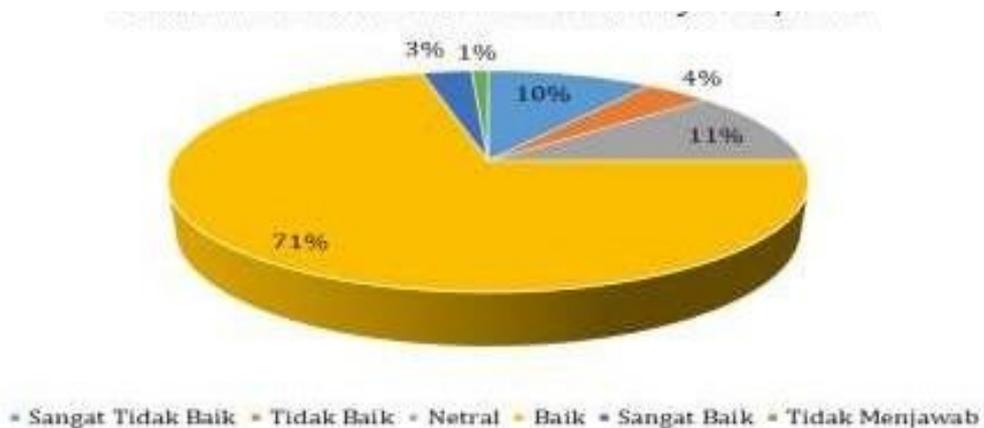
Hasil Analisis Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Bromo Tengger Semeru (BTS)

Empat pertanyaan untuk menguji kesiapan Aksesibilitas Bromo Tengger Semeru sebagai destinasi prioritas dari persepsi wisatawan yang berkunjung. Pertanyaannya sebagai berikut: Apakah dikawasan Bromo Tengger Semeru memiliki : a. Kemudahan mengakses informasi. b. obyek wisata mudah dijangkau. c. Transportasi darat, laut, udara mudah dijangkau. d. Biaya transportasi sesuai standar.

Hasil survei sebagai berikut:

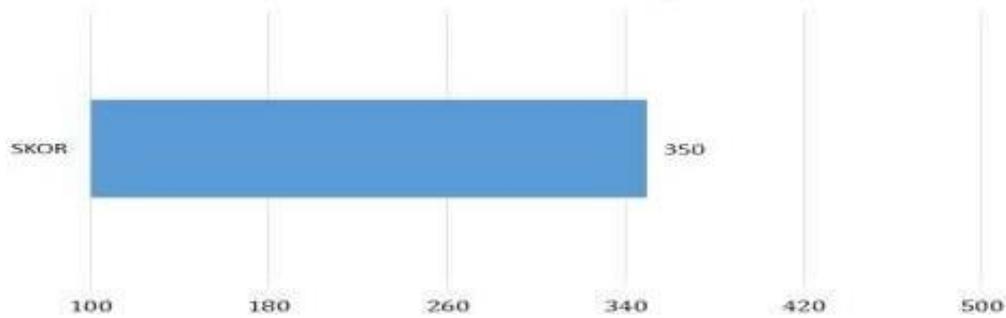
a. Kemudahan akses informasi

Pertanyaan pertama berkaitan dengan Kemudahan mengakses informasi pada destinasi wisata di Bromo Tengger Semeru. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.65. Persepsi Terhadap Akses Informasi di BTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

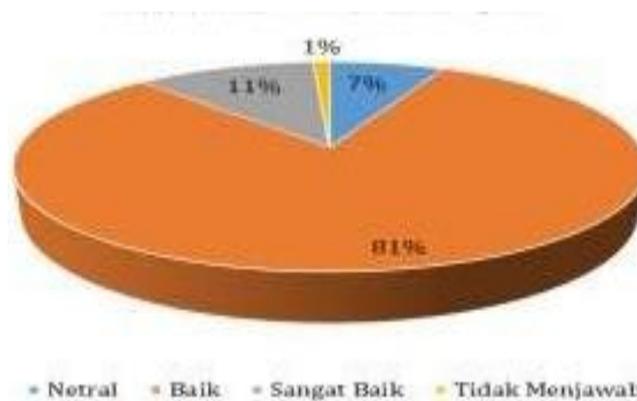
71% responden menjawab sangat baik, 11% menjawab baik, 10% menjawab tidak baik, 4% menjawab netral, 3% menjawab sangat tidak baik dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 350 atau pada kategori baik.



Gambar 5.66. Skoring Persepsi Terhadap Akses Informasi Wisata di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

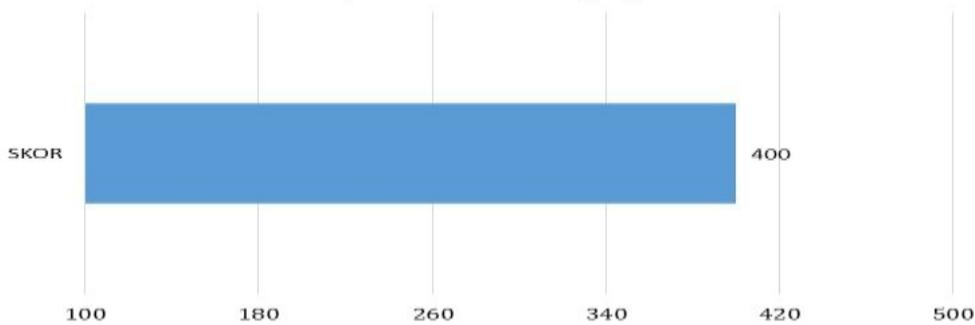
b. Objek wisata mudah dijangkau

Pertanyaan kedua berkaitan dengan obyek wisata mudah dijangkau pada destinasi wisata Bromo Tengger Semeru. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 567. Persepsi Terhadap Keterjangkauan Obyek Wisata BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

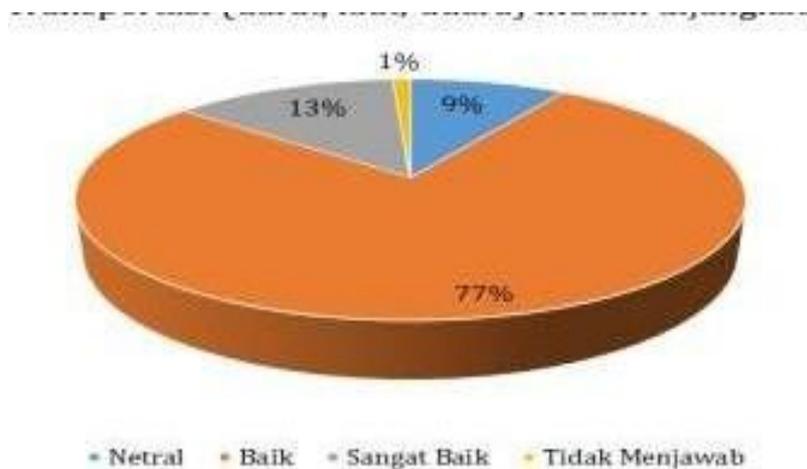
81% responden menjawab baik, 11% menjawab netral, 7% menjawab sangat baik, dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400 atau pada kategori baik.



Gambar 5.68. Skoring Persepsi Terhadap Keterjangkauan Obyek Wisata BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

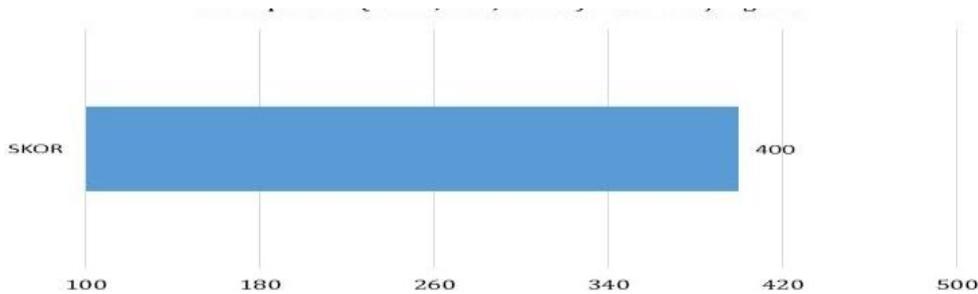
c. Transportasi (darat, laut, udara) mudah dijangkau

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan transportasi darat, laut dan udara mudah dijangkau pada destinasi wisata Bromo Tengger Semeru. Distribusi frekuensi jawaban responden untuk transportasi seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.69. Persepsi Terhadap Keterjangkauan Transportasi di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

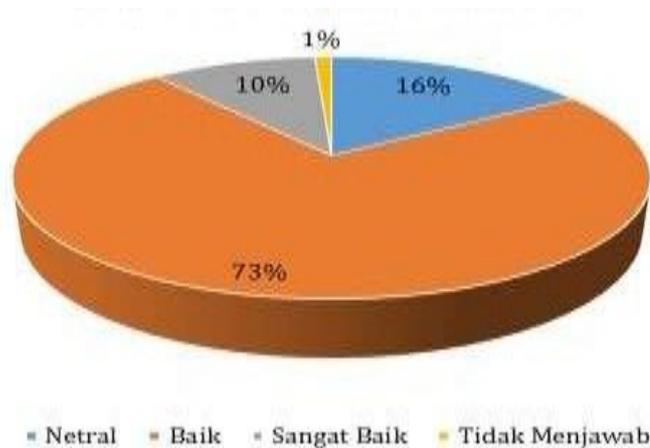
77% responden menjawab baik, 13% menjawab sangat baik, 9% netral, 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 400 atau pada kategori baik.



Gambar 5.70 Skoring Persepsi Terhadap Keterjangkauan Transportasi di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

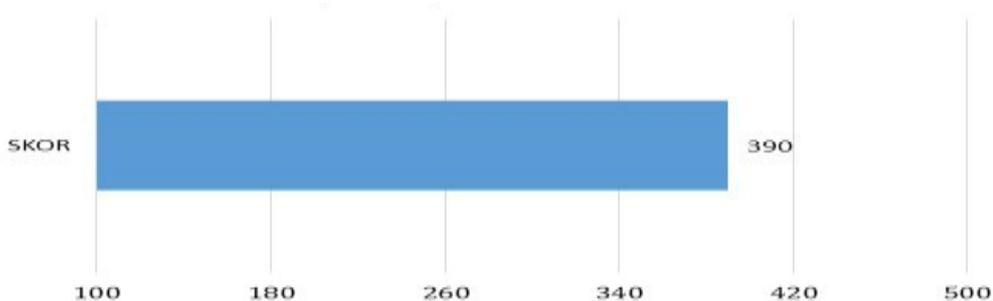
d. Biaya transportasi sesuai standar

Pertanyaan keempat berkaitan dengan biaya transportasi sesuai standar pada destinasi wisata Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden untuk biaya transportasi seperti pada gambar berikut:



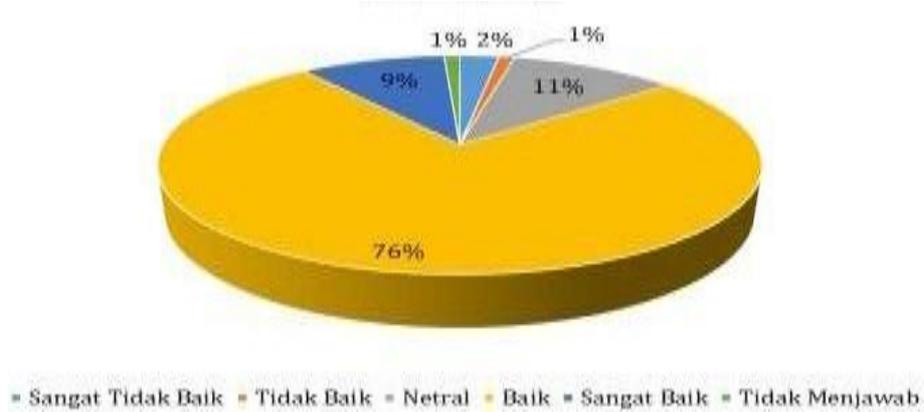
Gambar 571. Persepsi Terhadap Biaya Transportasi di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

73% responden menjawab sangat baik, 16% menjawab baik, 10% menjawab netral dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 390 atau pada kategori baik.



Gambar 572. Skoring Persepsi Terhadap Biaya Transportasi di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

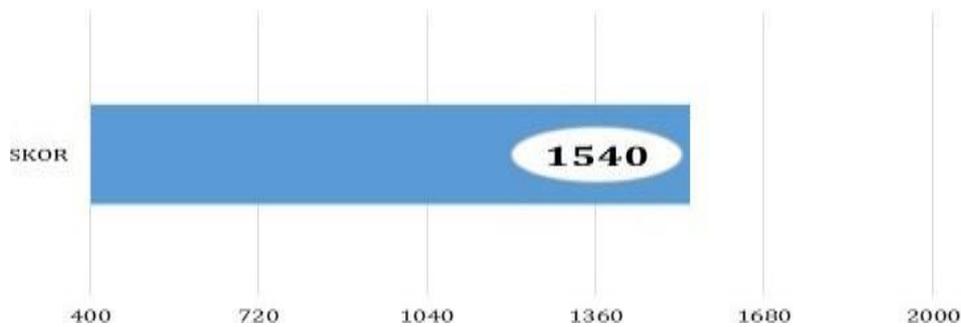
Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan aksesibilitas di Bromo Tengger Semeru seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.73. Persepsi Terhadap Aksesibilitas di BTS

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban baik sebesar 76%, sangat baik 11%, netral 9%, tidak baik 2%, sangat tidak baik 1% dan tidak menjawab 1%. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 1540 tau pada kategori baik.



Gambar 5.74. Total Skoring Persepsi Terhadap Aksesibilitas di BTS

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

5.3.3. Hasil Analisis Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS).

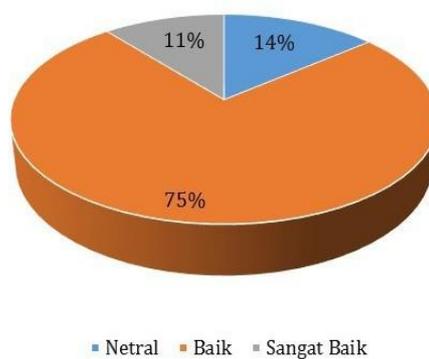
Untuk kategori fasilitas pariwisata terdapat 5 pertanyaan. a. Tersedia hotel dan tempat menginap lainnya. b. Tersedia makanan dan minuman di hotel dan tempat menginap lainnya. c. Suasana hotel aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan keperluan bisnis. d. Sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

1. Hotel

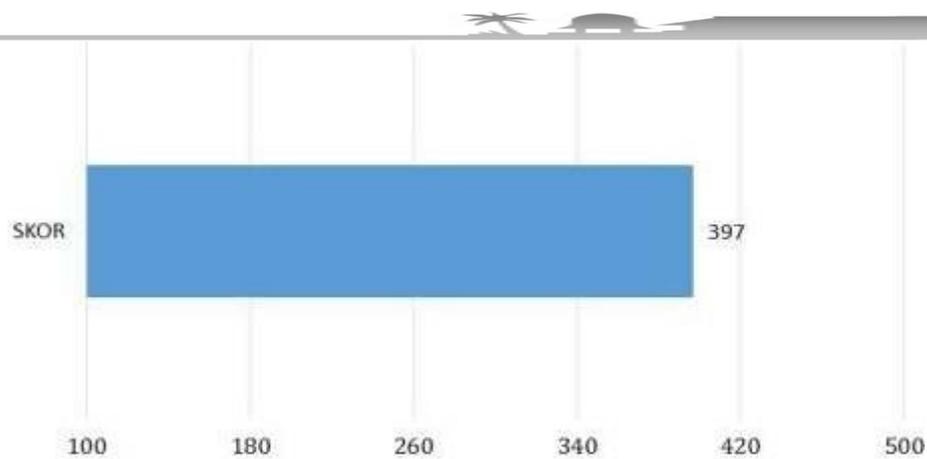
a. Tersedia hotel dan tempat menginap lainnya

Pertanyaan pertama berkaitan dengan ketersediaan tempat menginap pada destinasi wisata Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.75. Persepsi Terhadap Ketersediaan hotel tempat menginap
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

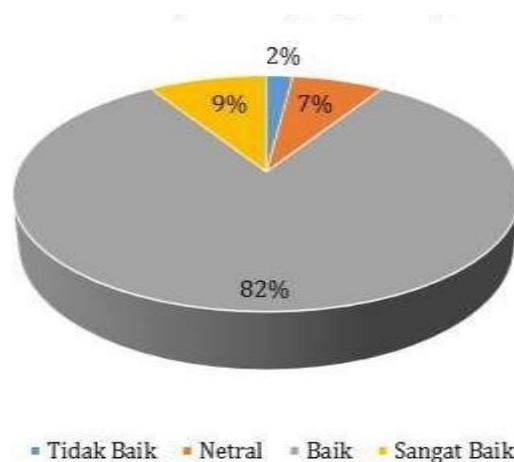
75% responden menjawab sangat baik, 14% responden menjawab baik dan 11% menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 397, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.76. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat menginap
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

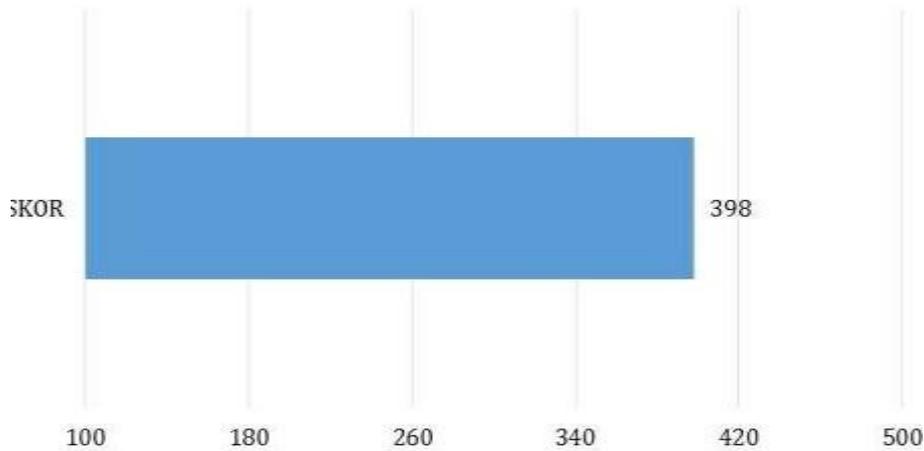
b. Tersedia makanan dan minuman di hotel dan tempat menginap lainnya.

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan ketersediaan makanan dan minuman di Labuan Bajo. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.77. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Tempat makan dan minum
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

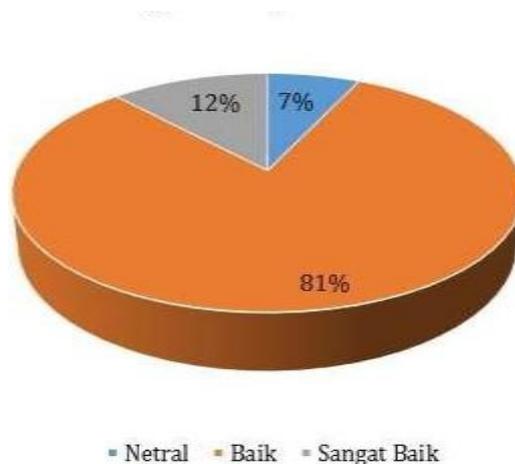
82% responden menjawab sangat baik, 9% responden menjawab baik, 7% responden menjawab netral, dan 2% menjawab tidak baik. Skoring jawaban pada pertanyaan pertama dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 398, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.78. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan makan dan minum
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

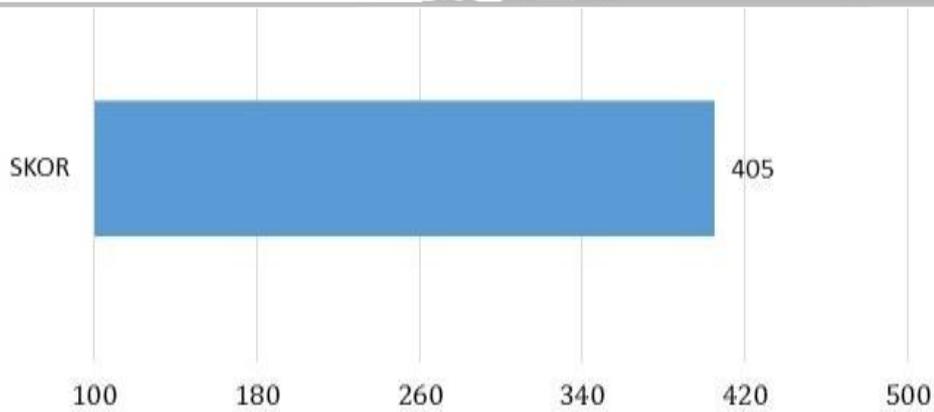
c. Suasana hotel aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan keperluan bisnis.

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan suasana hotel atau tempat menginap lainnya di Bromo Tengger Semeru. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.79. Skor Persepsi Terhadap suasana hotel yang aman, nyaman dan kondusif
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

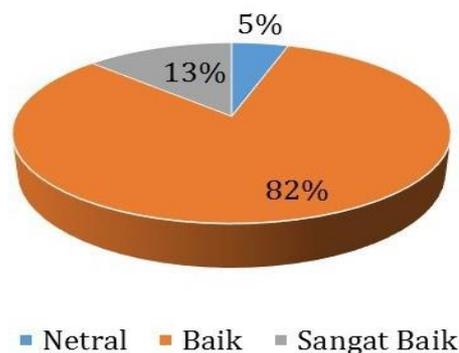
81% responden menjawab sangat baik, 12% responden menjawab baik dan 7% responden menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan ketiga dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 405, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.80. Skor Persepsi Terhadap suasana hotel di BTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

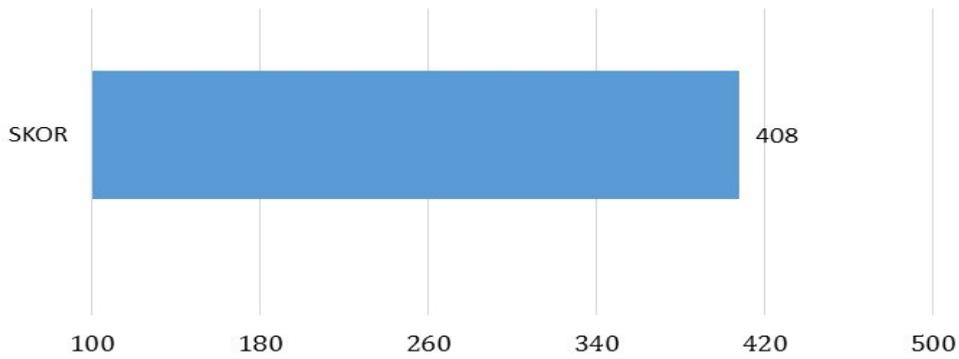
d. Sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik.

Pertanyaan keempat berkaitan dengan sanitasi (kebersihan) hotel atau tempat menginap lainnya di Bromo Tengger Semeru. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



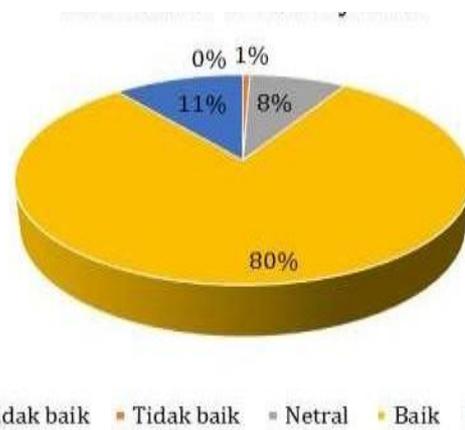
Gambar 5.81. Skor Persepsi Terhadap kebersihan lingkungan hotel
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

82% responden menjawab sangat baik, 12% menjawab baik dan 5% menjawab netral. Skoring jawaban pada pertanyaan ketiga dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 408, atau berada pada kategori baik.



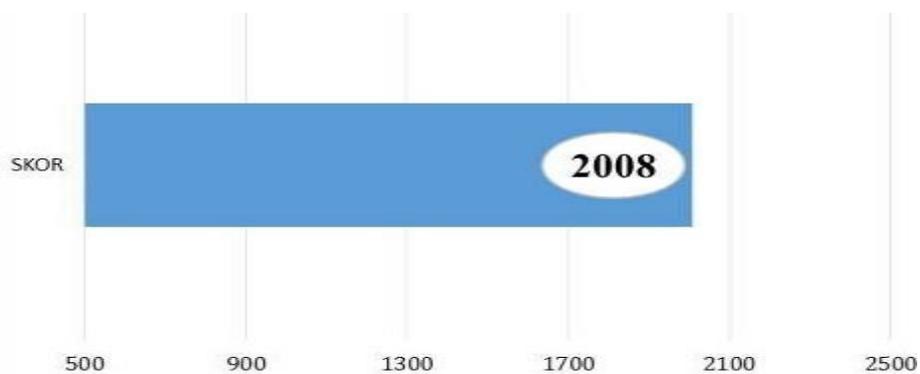
Gambar 5.82. Skor Persepsi Terhadap kebersihan hotel BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan fasilitas pariwisata di Bromo Tengger Semeru seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.83. Akumulasi Persepsi Terhadap fasilitas pariwisata di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban baik sebesar 80%, sangat baik 11%, netral, 8% tidak baik 1% dan sangat tidak baik 0%. Skor yang menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 2008, atau berada pada kategori baik.



Gambar 5.84. Skor Persepsi Terhadap pasilitas pariwisata di BTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hal tersebut menunjukkan bahwa menurut persepsi responden, pasilitas pariwisata dalam hal ini hotel telah siap menjadi penyelenggara destinasi wisata di Bromo Tengger Semeru. Seperti halnya pada kelompok pertanyaan pertama mengenai DTW, responden juga belum memahami kriteria hotel yang sesuai standar pariwisata. Atau jawaban dalam kategori baik tersebut merupakan bentuk dukungan wisatawan terhadap pengembangan hotel di Bromo Tengger Semeru menjadi hotel yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Hasil FGD, observasi dan wawancara menunjukkan bahwa tersedia hotel di Bromo Tengger Semeru yang menyediakan makanan dan minuman.

2. Restaurant / Usaha Makanan dan Minuman di Bromo Tengger Semeru

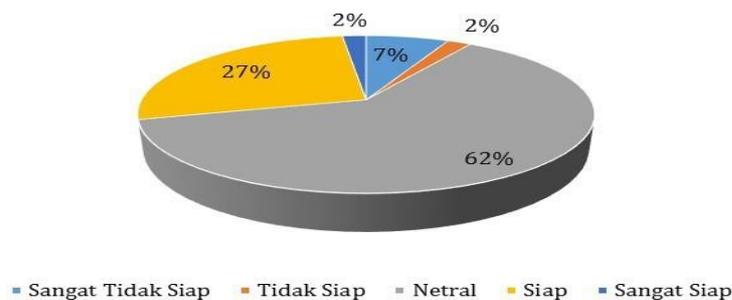
(BTS)

Untuk variable yang berkaitan dengan restoran atau usaha penyediaan makanan dan minuman terdapat 2 pertanyaan sebagai berikut: a. Terdapat Restoran yang menyediakan makanan dan minuman. b. Sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik.

Hasil survei sebagai berikut:

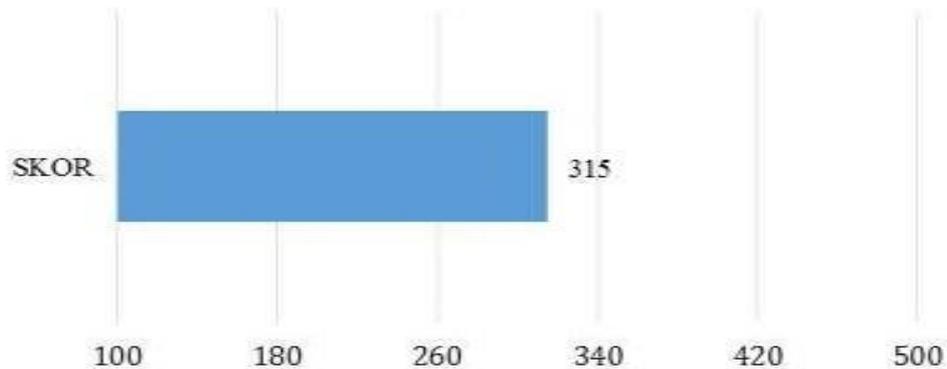
a. Terdapat restoran yang menyediakan makanan dan minuman

Pertanyaan pertama berkaitan dengan ketersediaan restoran dan usaha makanan lainnya di kawasan Bromo Tengger Semeru. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.85. Persepsi Terhadap Ketersediaan Restoran di Labuan Bajo
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

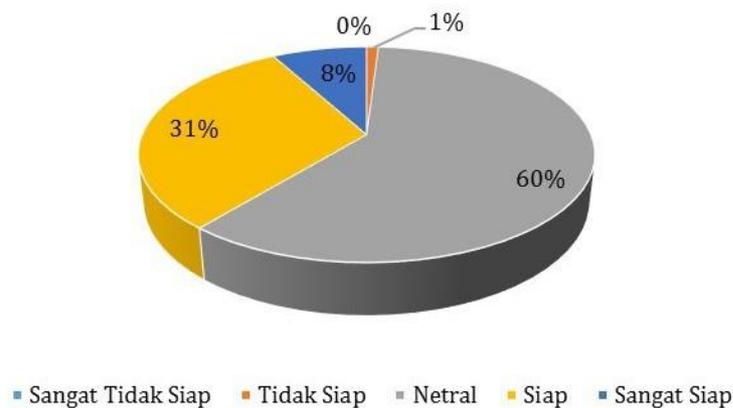
62% responden menjawab sangat siap, 27% responden menjawab Siap, 7% responden menjawab netral, 2% responden menjawab sangat tidak siap dan 2% menjawab sangat tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 315, atau berada pada kategori netral.



Gambar 5.86. Skor Persepsi Terhadap Ketersediaan Restoran di BTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

b. Sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik

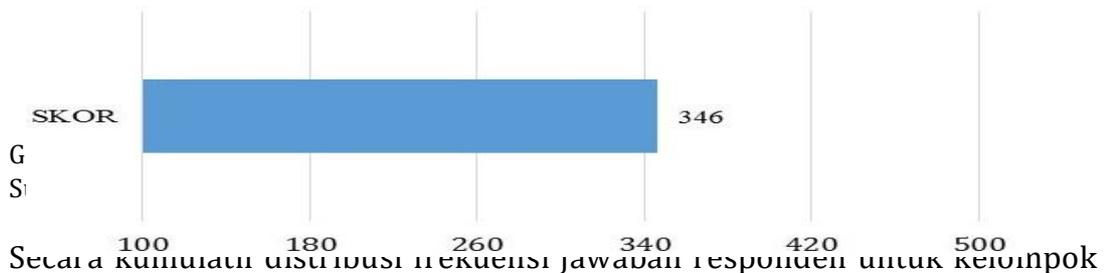
Pertanyaan kedua untuk menguji kesiapan restoran dari aspek sanitasi atau kebersihan. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



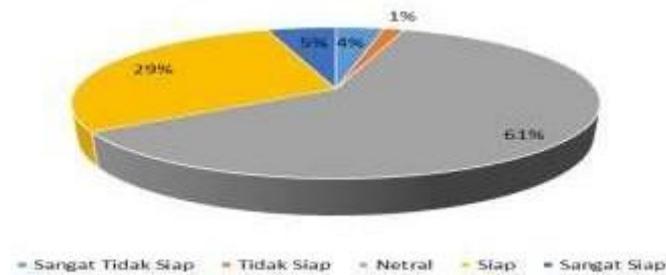
Gambar 5.87. Persepsi Terhadap sanitasi Restoran di BTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

60% responden menjawab sangat siap, 31% responden menjawab siap, 8% responden menjawab netral, 1% responden menjawab tidak siap dan 0% responden menjawab sangat tidak siap. Skoring dengan menggunakan

skala Likert menghasilkan nilai 346, atau berada pada kategori netral. skor bisa dilihat pada gambar berikut:



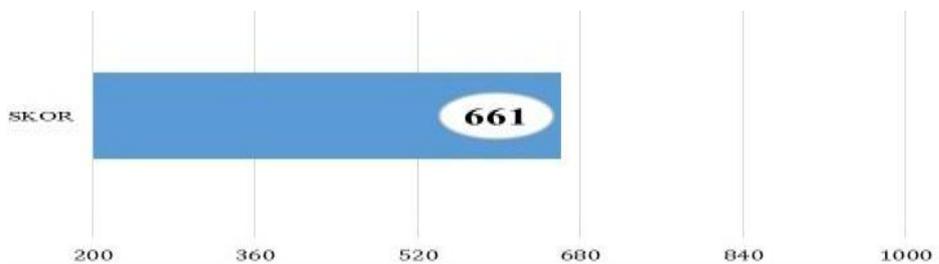
Setelah kemampuan analisis frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan restoran dan usaha penyedia jasa makanan dan minuman di Bromo Tengger Semeru seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.89. Persepsi Terhadap sanitasi Restoran di BTS

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban netral sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban sangat siap sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada pada kategori netral.



Gambar 5.90. Skor Persepsi Terhadap Restoran di BTS

Sumber: Hasil Penelitian, 2017

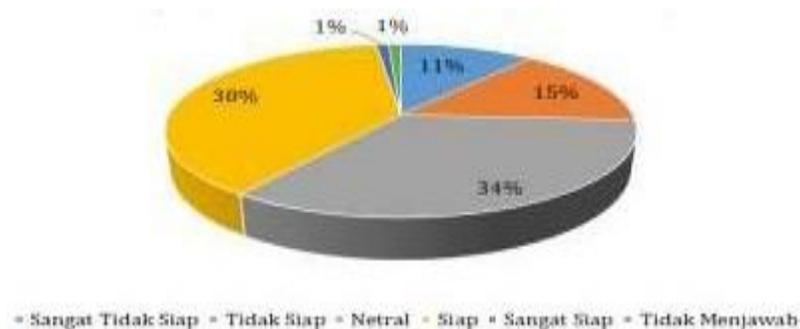
3. Biro Perjalanan Wisata diBromo Tengger Semeru (BTS)

Kelompok pertanyaan ketiga untuk menguji kesiapan Biro Perjalanan Wisata di Bromo Tengger Semeru terdapat tiga pertanyaan sebagai berikut: a. Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata. b. Memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata. c. Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata.

Hasil survei sebagai berikut:

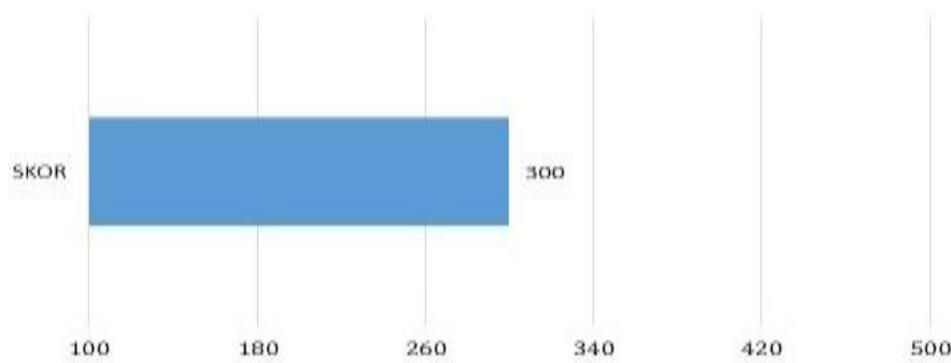
a. Menyediakan Paket Wisata yang Sesuai Dengan Kriteria Pariwisata

Pertanyaan pertama untuk menguji ketersediaan paket wisata. Distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



Gambar 5.91. Persepsi Terhadap Paket wisata diBTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

38% responden menjawab sangat siap, 34% menjawab siap, 15% menjawab tidak siap, 11% menjawab sangat tidak siap, 1% menjawab sangat siap dan 1% menjawab tidak menjawab. Skoring jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 300 atau pada kategori netral.

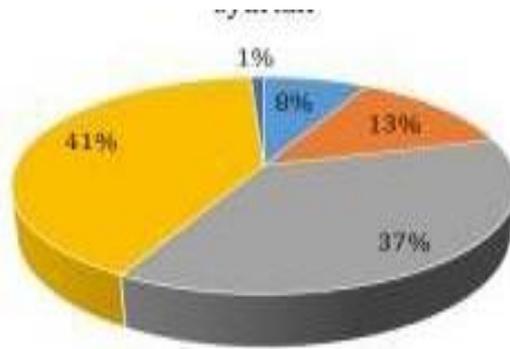


Gambar 5.92. Skoring Persepsi Terhadap Paket wisata BTS
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

b. Perjalanan Wisata:

Memiliki Daftar Akomodasi yang sesuai dengan Panduan Umum Akomodasi Pariwisata

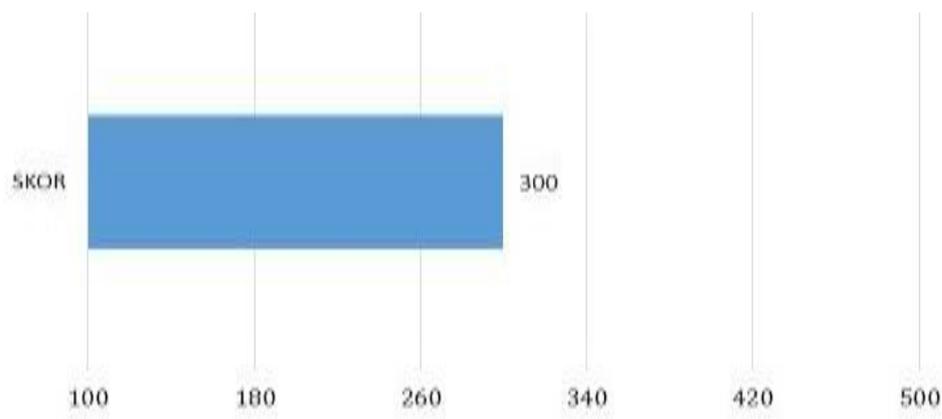
Pertanyaan kedua berkaitan dengan daftar akomodasi. Distribusi frekuensi jawaban responden sebagai berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Tidak Menjawab

Gambar 5.93. Persepsi Terhadap ketersediaan akomodasi di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

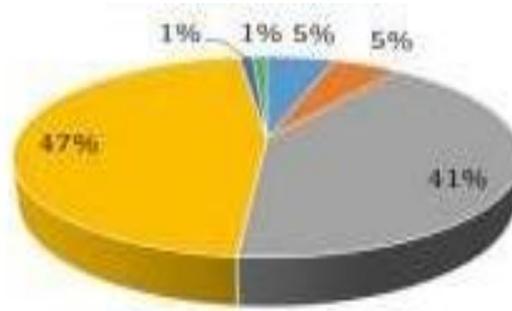
41% responden menjawab sangat siap, 37% menjawab siap, 13% menjawab tidak siap, 8% menjawab sangat tidak siap dan 1% tidak menjawab. Skor jawaban dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 300 atau pada kategori netral.



Gambar 5.94. Skor Persepsi Terhadap ketersediaan akomodasi di BTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

c. Memiliki Daftar Usaha Penyedia Makanan dan Minuman yang Sesuai Dengan Panduan Umum Usaha Penyedia Makanan dan Minuman Pariwisata.

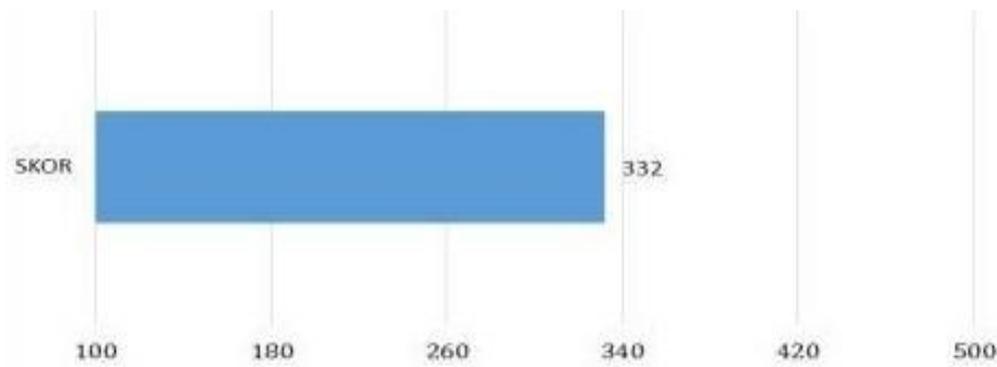
Pertanyaan ketiga berkaitan dengan daftar usaha penyedia makanan dan minuman. Distribusi frekuensi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



• Sangat Tidak Siap • Tidak Siap • Netral • Siap • Sangat Siap • Tidak Menjawab

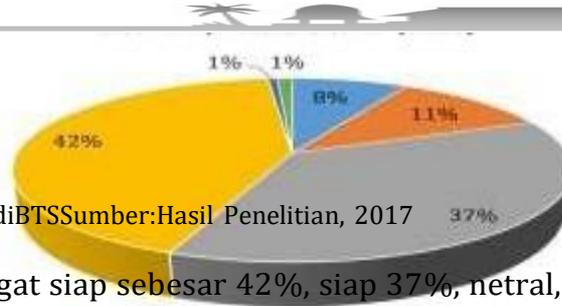
Gambar 5.95. Persepsi Terhadap ketersediaan Makanan dan MinumandiBTS
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

47% responden menjawab sangat siap, 41% menjawab siap, 5% menjawab netral, 5% menjawab sangat tidak siap, 1% menjawab sangat siap dan 1% tidak menjawab. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 332 atau pada kategori netral.



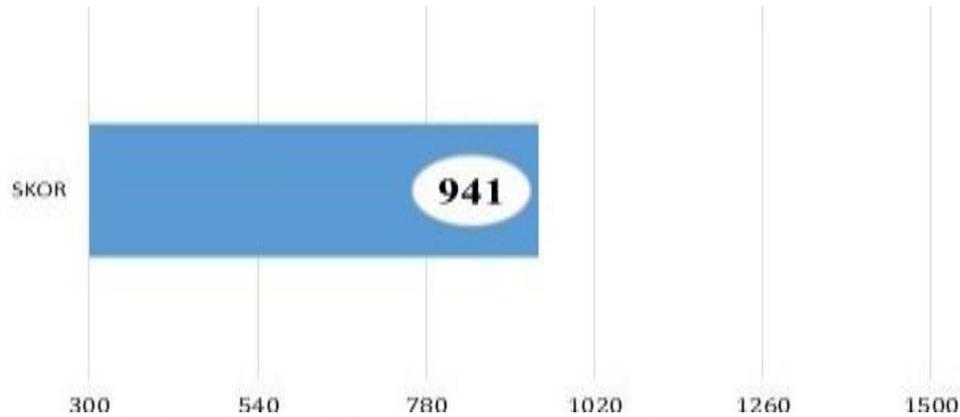
Gambar 5.96. Skoring Persepsi Terhadap ketersediaan Makanan dan Minuman diBTSSumber: Hasil Penelitian, 2017

Secara kumulatif distribusi frekuensi jawaban responden untuk kelompok pertanyaan yang berkaitan BPW di Bromo Tengger Semeru seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.97. Persepsi BPWdiBTSSumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban sangat siap sebesar 42%, siap 37%, netral, 11%, siap 8%, sangat siap 1% dan tidak menjawab 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 941 atau pada kategori netral.



Gambar 5.98. Total Skoring Persepsi BPWdiBTSSumber: Hasil Penelitian, 2017

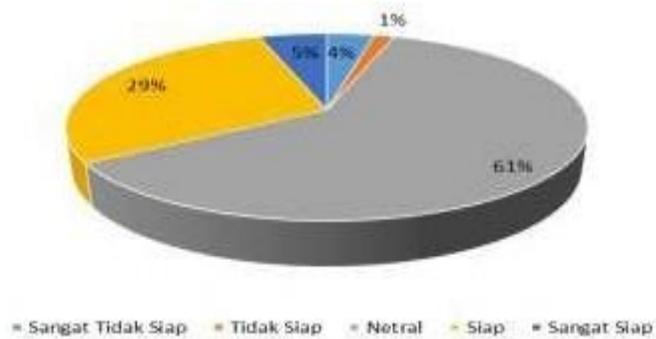
Hasil Analisis Upaya Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Model Konektivitas Dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Tiga pertanyaan untuk menguji upaya kebijakan pemerintah dalam mewujudkan model konektivitas dalam mendukung perjalanan wisata pada Bromo Tengger Semeru. Pertanyaannya sebagai berikut: Upaya apa yang dilakukan pemerintah dalam mendukung peningkatan jumlah wisatawan berkunjung ke Bromo Tengger Semeru: a. Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social, b. Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas. c. Penambahan jumlah flight ke Abdurrahman Saleh

Hasil survei sebagai berikut:

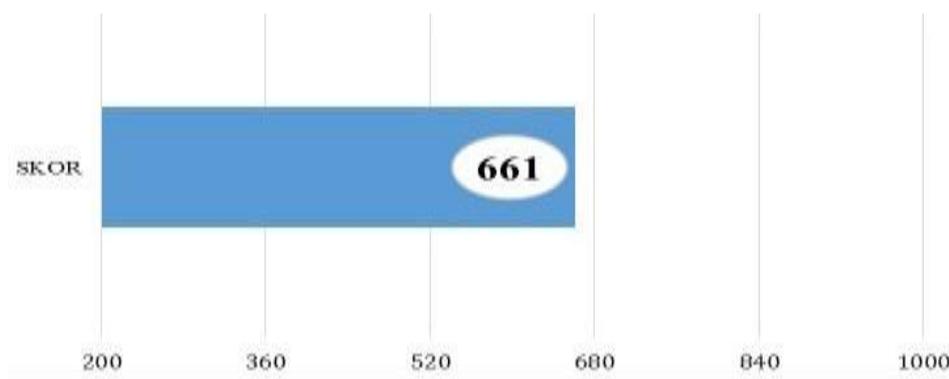
- a. Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social,

Pertanyaan pertama berkaitan dengan Promosi destinasi melalui media cetak, elektronika, jejaring social. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.99. Persepsi Terhadap Promosi melalui media cetak, elektro, jejaring social
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

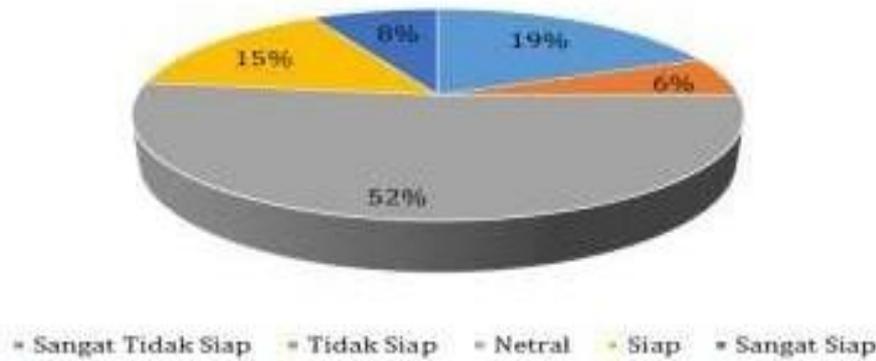
Jawaban sangat siap sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban netral sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada pada kategori netral.



Gambar 6.00 Skor Persepsi Terhadap Promosi melalui media cetak, elektro, jejaring social. Sumber: Hasil Penelitian, 2017

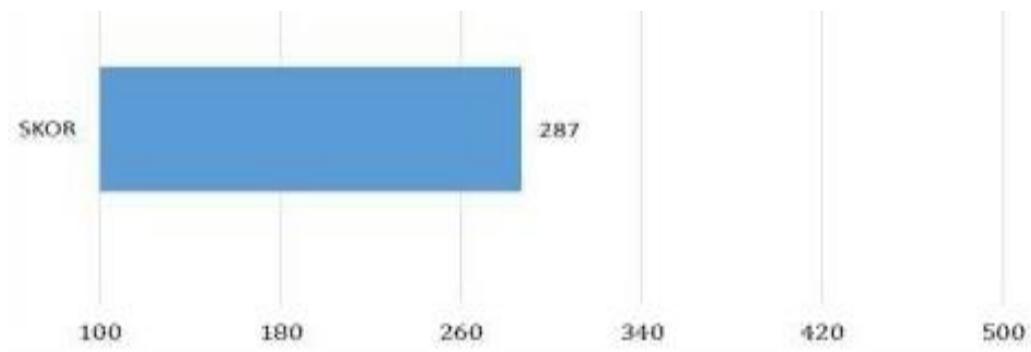
- b. Kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas,
Pertanyaan kedua berkaitan dengan kerjasama antar pemerintah daerah destinasi prioritas. Distribusi jawaban responden seperti pada

gambarberikut:



Gambar 6.01. Persepsi Terhadap kerjasama antar pemerintah daerah
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

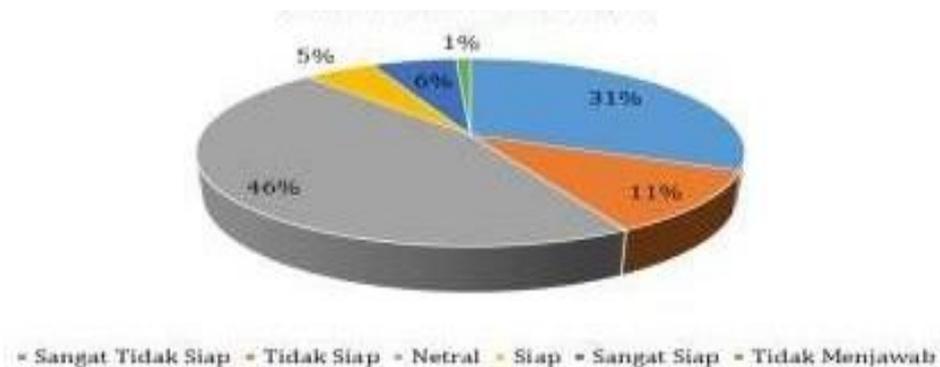
52% responden menjawab siap, 19% responden menjawab netral, 15% menjawab tidak sangat siap, 8% menjawab sangat tidak siap dan 6% menjawab tidak siap. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 287, atau berada pada kategori netral.



Gambar 6.0.2 Skor Persepsi Terhadap kerjasama antar pemerintah daerah
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

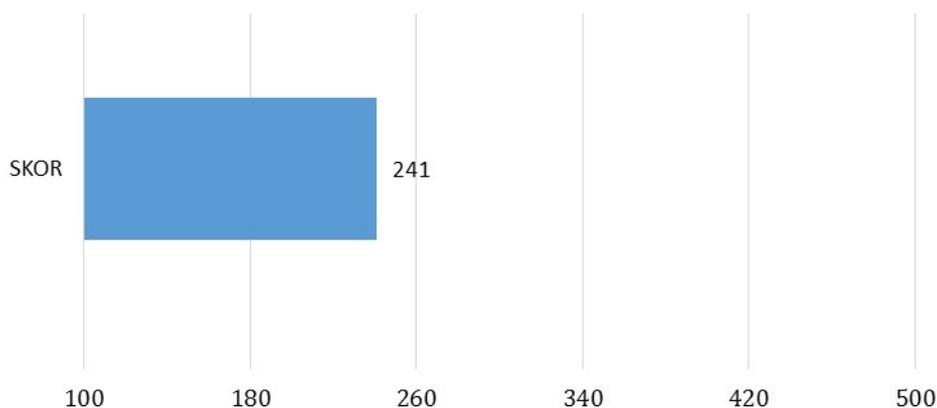
c. Penambahan jumlah flight ke Bandara Abdurrahman Saleh

Pertanyaan pertama berkaitan dengan Penambahan jumlah flight ke Bandara Abdurrahman Saleh. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 6.03. Persepsi Terhadap penambahan jumlah flight ke Bandara Abdurrahman Saleh
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

46% responden menjawab netral, 31% menjawab sangat siap, 11% menjawab siap, 6% sangat kurang siap, 5% kurang siap dan 1% tidak menjawab. Skoring jawaban dengan skal Likert menghasilkan nilai 241 atau berada pada kategori tidak siap. Skor dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 6.04 Skor Persepsi Terhadap penambahan jumlah flight ke Abdurrahman Saleh
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hasil Analisis Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)

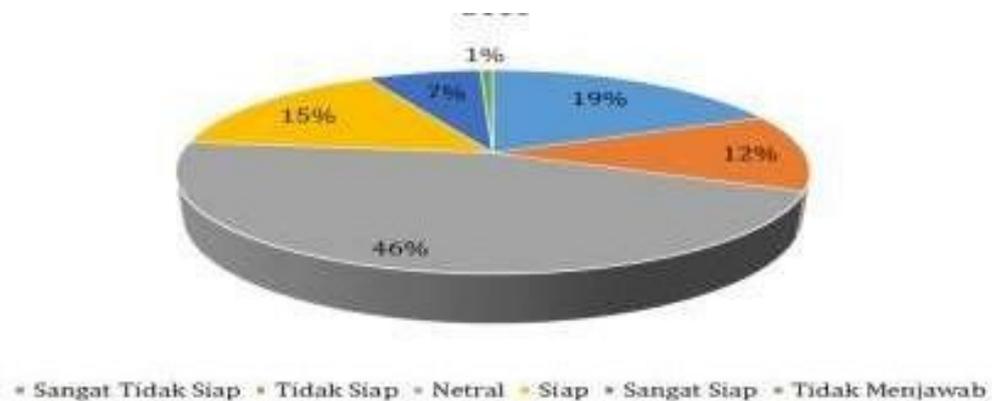
Dua pertanyaan untuk menguji kesiapan sumber daya manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan industri di kawasan Bromo Tengger Semeru. Pertanyaannya sebagai berikut: bagaimana kesiapan sumber daya manusia dilihat dari: a. jenjang pendidikan, b. keterampilan/skill.



Hasil survei sebagai berikut:

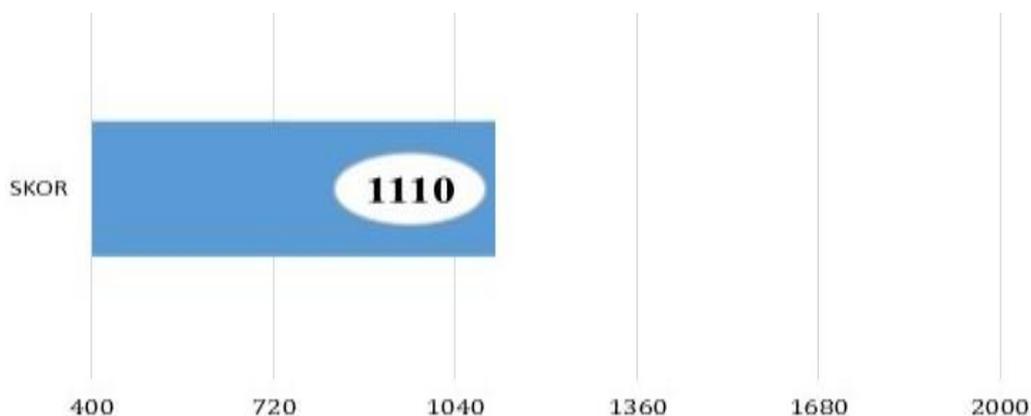
a. Kesiapan SDM dilihat dari Jenjang Pendidikan,

Pertanyaan pertama berkaitan dengan kesiapan SDM dilihat dari jenjang Pendidikan. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut



Gambar 6.05 Persepsi Terhadap jenjang Pendidikan SDM
Sumber: Hasil Penelitian, 2017

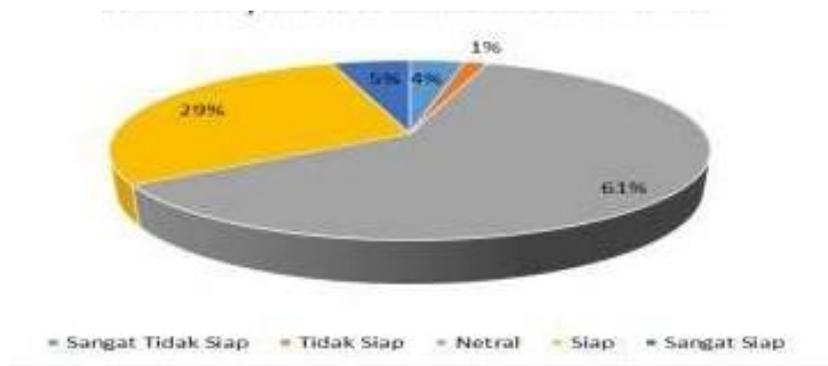
Jawabansiap sebesar 46%, jawabansangattidak siap sebesar 19%, jawaban netral sebesar 15%, tidak siap 12%, sangat siap 7% dan tidak menjawab 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 1110, atau berada berada pada kategori netral.



Gambar 6.06 Skor Persepsi Terhadap jenjang Pendidikan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

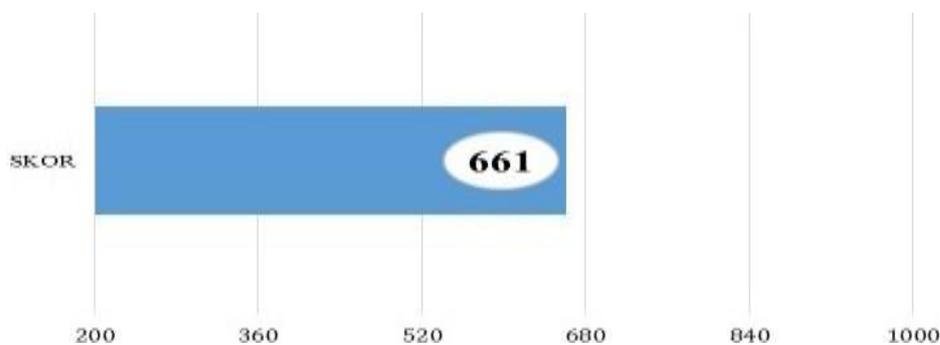
a. **Kesiapan SDM dilihat dari Keterampilan/skill,**

Pertanyaan pertama berkaitan dengan kesiapan SDM dilihat keterampilan/skill. Distribusi jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 6.07 Persepsi Terhadap kesiapan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Jawaban Sangat siap sebesar 61%, jawaban siap sebesar 29%, jawaban netral sebesar 5%, sangat tidak siap 4% dan tidak siap 1%. Skoring dengan menggunakan skala Likert menghasilkan nilai 661, atau berada pada kategori netral.



Gambar 6.08 Skor Persepsi Terhadap kesiapan SDM
 Sumber: Hasil Penelitian, 2017

Hasil Focus Group Discussion (FGD) dan Wawancara Analisis Konektivitas Bromo Tengger Semeru (BTS).

a. **Pengembangan Daya Tarik Wisata Bromo Tengger Semeru (BTS)**

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa destinasi wisata Bromo Tengger Semeru sebagai destinasi prioritas merupakan kawasan pariwisata dengan luas 502,8 km². Potensi alam Bromo Tengger Semeru yaitu Ranu Pane,

Ranu Kumbolo, Lautan Pasir, yang menjadi destinasi bagi wisatawan mancanegara dan domestik.

Bromo Tengger Semeru ditetapkan sebagai sektor unggulan untuk wisata alam, buatan, dan wisata budaya. Dalam perspektif destinasi wisata berdaya saing, Bromo Tengger Semeru merupakan bagian dari salah satu destinasi wisata berdaya saing internasional, yaitu menjadi bagian dalam strategi *Great Bali, Keterpaduan Pengembangan Destinasi* Bali, Lombok-Nusa Tenggara Barat, Jawa Timur dan Flores-Nusa Tenggara Timur.

2. Ketersediaan Aksesibilitas Pariwisata di Kawasan

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa Ketersediaan Aksesibilitas yang mendukung destinasi Bromo Tengger Semeru sebagai kawasan khusus dan yang menghubungkan keterhubungan Labuan Bajo dengan destinasi wisata lainnya di Indonesia adalah :

- a. Jalur Udara: Bandara Abdurrahman Saleh (Malang).
- b. Jalur Laut: Pelabuhan Laut Probolinggo

Untuk mempertinggi konektivitas perlu peningkatan pelabuhan laut antar pulau. Untuk peningkatan wisman dengan akses laut diperlukan pembangunan pelabuhan cruise dan marina di dalam jalur masuk Pariwisata Bromo Tengger Semeru terutama untuk menarik wisatawan melalui cruise dan yacht.

3. Kesiapan Fasilitas Pariwisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa ketersediaan Fasilitas Pariwisata di Bromo Tengger Semeru terdiri atas Hotel berbintang, Restaurant, Homestay, biro perjalanan
Jumlah hotel dan jasa akomodasi di Bromo Tengger Semeru terus bertambah seiring banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Bromo Tengger Semeru. Hingga akhir tahun 2016, di Bromo Tengger Semeru tercatat 30 usaha akomodasi yang terdiri dari 3 hotel bintang, 23 hotel

melati, dan 4 jasa akomodasi lainnya. Dari 3 hotel bintang, satu diantaranya merupakan hotel bintang empat, 2 diantaranya merupakan hotel bintang tiga, dan lainnya merupakan hotel bintang satu.

4. Upaya Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Model Konektivitas Dalam Mendukung Perjalanan Wisata Pada Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa beberapa upaya pemerintah untuk mendukung konektivitas destinasi Pariwisata Bromo Tengger Semeru dengan destinasi lainnya di Indonesia adalah:

- a. Membangun kerjasama antar pemerintah daerah untuk membangun konektivitas antar destinasi wisata sehingga arus wisatawan semakin meningkat.
- b. Meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai media dengan menampilkan beberapa daya tarik wisata di kawasan Bromo Tengger Semeru.
- c. menambah jumlah penerbangan dari dan ke bandara Abdurrahman Saleh

5. Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Mewujudkan Standarisasi Pelayanan Industri Pariwisata di Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS)

Hasil FGD dan wawancara menunjukkan bahwa beberapa upaya pemerintah untuk menyiapkan sumber daya manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan pariwisata di kawasan Bromo Tengger Semeru adalah sebagai berikut :

1. Membangun Pendidikan tinggi dan menengah khusus bidang pariwisata.
2. Memberikan Pendidikan dan latihan kilat bagi pedagang di kawasan Bromo Tengger Semeru.
3. Melakukan sertifikasi bagi pelayan hotel, restaurant, dan biro perjalanan wisata di kawasan Bromo Tengger Semeru.

**Analisis identifikasi dan formulasi strategi SWOT pada tiga destinasi
Pariwisata KEK Mandalika, Labuan Bajo, Bromo Tengger Semeru**

Formulasi Strategi Konektivitas Destinasi Pariwisata KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru.

**STRATEGY FORMULATION KELUARAN KONEKTIVITAS
DESTINASI PARIWISATA KEK MANDALIKA, LABUAN BAJO DAN
BROMO TENGGER SEMERU**

PELUANG	KENDALA
1. Sumber daya Alam 2. Destinasi Prioritas 3. Daya Saing Harga 4. Sumber Daya Manusia 5. Keselamatan dan Keamanan	1. Infrastruktur Pariwisata 2. Infrastruktur ICT 3. Kebersihan dan Kesehatan 4. Aksesibilitas (Conectivity, seat capacity, dan direct flight.) 5. Regulasi (Ijin masuk kapal layer)

**KONEKTIVITAS DESTINASI KEK MANDALIKA,
BTS DAN LABUAN BAJO**

1. Pengembangan infrastruktur/ akseibilitas
2. Peningkatan kualitas destinasi budaya, alam dan buatan
3. Tata Kelola Destinasi KEK Mandalika, BTS dan Labuan Bajo
4. Pemberdayaan Masyarakat

Strategi Keluaran Konektivitas KEK Mandalika,
Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru

**STRATEGI KELUARAN KONEKTIVITAS KEK MANDALIKA,
LABUAN BAJO DAN BROMO TENGGER SEMERU**

Daya Tarik Wisata	Wisata Alam, Budaya, dan Buatan
Aksesibilitas	1. Sarana Transportasi (Moda Transportasi Udara dan Penyebrangan Laut) 2. Prasarana Transportasi (Bandara Udara, Pelabuhan Laut) 3. Sistem Transportasi (Informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda)
Fasilitas Pariwisata	Akomodasi, rumah makan, restoran, informasi, pelayanan pariwisata, keimigrasian, TIC, e-tourism kios, polisi pariwisata dan satuan tugas wisata, took souvenir, penunjuk arah, papan informasi, dll
Kebijakan Pemerintah	Terkoneksinya tiga destinasi KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru dengan baik.
Penembangan SDM	Pelatihahn, Perguruan Tinggi Pariwisata, Pengembangan Kapasitas Masyarakat

Berdasarkan atas strategi konektivitas destinasi KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semerumaka pendekatan pengembangan konektivitas destinasi diwujudkan dalam “3A” : Atraksi – Aksesibilitas – Amenitas, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Atraksi Wisata atau Daya Tarik Wisata, mencakup upaya-upaya mengembangkan keragaman/diversifikasi aktivitas wisata di tiga destinasi wisata; pengembangan interpertasi daya tarik wisata, pengembangan manajemen pengunjung (visitor management) dan peningkatan sadar wisata bagi masyarakat di sekitar daya tarik wisata;
- 2) Aksesibilitas, mencakup Sarana (moda transportasi angkutan jalan, penyeberangan, angkutan laut); Prasarana (pelabuhan laut, bandara) dan Sistem Transportasi (informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda);
- 3) Amenitas, mencakup Fasilitas Pariwisata (akomodasi, rumah makan/restoran, informasi dan pelayan pariwisata, keimigrasian, TIC dan e-tourism kios, polisi pariwisata dan satuan tugas wisata, toko cinderamata, penunjuk arah-papan

informasi wisata-rambu lalu lintas wisata, bentuk bentang lahan); Standardisasi dan Sertifikasi Usaha Pariwisata.

Pendekatan Konektivitas Destinasi
KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru

PENDEKATAN KONEKTIVITAS DESTINASI KEK MANDALIKA, LABUAN BAJO DAN BROMO TENGGER SEMERU	
Atraksi	1. Diversifikasi aktivitas wisata 2. Destination Management Organization (DMO) 3. Sadar wisata
Aksesibilitas	1. Sarana Transportasi (Moda Transportasi Udara dan Penyebrangan Laut) 2. Prasarana Transportasi (Bandara Udara, Pelabuhan Laut) 3. Sistem Transportasi (Informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda)
Amenitas	Fasilitas Pariwisata (akomodasi, rumah makan/restoran, informasi dan pelayan pariwisata, keimigrasian, TIC dan e-tourism kios, polisi pariwisata dan satuan tugas wisata, toko cinderamata, penunjuk arah-papan informasi wisata-rambu lalu lintas wisata, bentuk bentang lahan)

Dimensi strategi konektivitas destinasi KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru dan industri pariwisata mencakup antara lain :

1. Strategi finansial/Financial Strategy : pemerintah/Public Sector; swasta/Private (investasi); kerjasama pemerintah dan swasta/Public Private Partnership.
2. Strategi pemasaran/Marketing Strategy : Peningkatan Promosi Pariwisata; Pencitraan Destinasi Pariwisata; Penerapan Responsible Marketing.
3. Strategi Operasional/Operational Strategy : Koordinasi lintas sektor dan Daerah (Kelompok Kerja/Pokja, Nota Kesepahaman/MoU); Penyusunan norma standar prosedur kriteria/NSPK; Kajian perencanaan Detailed Engeneering Design/DED; Perumusan Konsep, Desain Prototipe, dan model/sistem pengelolaan; Pembangunan (konstruksi); Pengelolaan (unit pelaksanateknis/UPT, badan usahamilikpemerintah/pemda/BUMN/BUMD, atau badan pengelola swasta; Evaluasi dan Monitoring.

4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia/Human Capital Strategy : Penerapan sadar wisata bagi masyarakat; Sertifikasi kompetensi pelaku usaha dan produk pariwisata; Destination Champion dan Destination Manager.
5. Strategi Inovasi/Inovation Strategy: Riset dan intelejen destinasi/Destination intelligent dan research, Apresiasi/penghargaan, Penciptaan nilai tambah pariwisata/ Tourism value creation dan value chain di destinasi pariwisata.

2. Implementasi Strategi (Strategy Implementation) Analisis Konektivitas Pembangunan Pariwisata pada Tiga Destinasi Prioritas Kawasan KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru

Berdasarkan arah dan rumusan strategi pada bagian sebelumnya, maka implementasi strategi pengembangan destinasi dan industri pariwisata dijabarkan dalam kegiatan analisis konektivitas pembangunan pariwisata pada tiga destinasi prioritas kawasan KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru. Adapun Program kegiatan analisis konektivitas pembangunan pariwisata pada tiga destinasi prioritas kawasan KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru diarahkan untuk meningkatkan konektivitas antar destinasi serta meningkatkan daya saing industri pariwisata, melalui:

1. Pengembangan daya tarik wisata di kawasan KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru terkondisi dengan baik.
2. Peningkatan Aksesibilitas pariwisata di kawasan KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru sesuai standar pariwisata.
3. Peningkatan Fasilitas Pariwisata di KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru terkelola dengan baik.
4. Kebijakan pemerintah dalam mewujudkan model konektivitas dalam mendukung perjalanan wisata pada tiga kawasan wisata KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru.
5. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dalam mewujudkan standarisasi pelayanan pada industri pariwisata di tiga destinasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke KEK Mandalika, Labuan Bajo dan Bromo Tengger Semeru.

**BAB VI
PENUTUP**

6.1 Simpulan

Sesuai hasil penelitian, pendapat wisatawan mengenai kesiapan ketiga destinasi sebagai destinasi prioritas dilihat dari aspek daya tarik wisata menunjukkan daya tarik wisata yang cukup baik.

Aksesibilitas di tiga destinasi prioritas ini menunjukkan hasil yang belum memadai dilihat dari jalur penerbangan terputus antara BTS dan Mandalika dan begitu juga sebaliknya Labuhan Bajo- Mandalika.

Terdapat fasilitas akomodasi dan restoran diantara tiga destinasi dimaksud menunjukkan, hanya ada dua yang memiliki fasilitas yang baik; BTS Pintu masuk Malang dan Labuhan Bajo, di lain pihak Mandalika Belum memadai.

Perumusan kebijakan dapat dilakukan untuk menghubungkan konektivitas jalur wisata antar ketiga destinasi yang didukung dengan sumber daya yang tersedia

Pengembangan SDM pariwisata di tiga destinasi prioritas masih belum memadai dari segi kompetensi.

Rekomendasi

a Meningkatkan daya tarik wisata di tiga destinasi dengan pemetaan daya tarik wisata beserta layanan dan fasilitas pendukungnya.

b Membenahi konektivitas melalui pembuatan jalur baru penerbangan BIL (Mandalika)- Labuhan Bajo (Komodo) atau sebaliknya, BIL (Mandalika)- BTS (Malang) atau sebaliknya, dan Labuhan Bajo (Komodo)-BTS (Malang) atau sebaliknya untuk segera diwujudkan.

c Fasilitas hotel dan restoran perlu ditingkatkan layanan hospitalitinya dan dilakukan standarisasi usaha hotel dan restoran di destinasi BTS dan labuhan Bajo serta Mandalika perlu ditingkatkan fasilitas pendukungnya.

d Perlunya kebijakan pemerintah dengan penetapan jalur baru melalui kementerian perhubungan (Darat, Laut dan Udara) di tiga destinasi prioritas; BTS-Labuhan Bajo dan Mandalika.

e SDM pengelola pariwisata perlu dilakukan pelatihan kepariwisataan dan dilanjutkan dengan sertifikasi kompetensi perhotelan, restoran dan travel.



DAFTAR PUSTAKA

- Black, J.A. (1981), "Urban Transport Planning: Theory and Practice", London, Cromm Helm Guida M. and Funaro M., "Topology of the Italian Airport Network", *Chaos, Solitons & Fractals*, Vol. 31, p.p. 527-536 (2007).
- Guimera R., Mossa S., Turtschi A. and Amaral L. A. N., "The worldwide air transportation network, Anomalous centrality, community structure and cities" global roles." *PNAS*. Vol. 2 7794–7799 (2005).
- Gunawan, Medianto R, (2015), "Pemodelan Simulasi Jaringan Transportasi Udara Nasional", *Proseding RETII ISSN 1907-5995*, Yogyakarta
- Haggett, P., (2001), "Geography a Global Synthesis", Prentice Hall, New York.
- Hurst, Elliot, (1974), "A Geography of Economic Behavior : An Introduction", Prentice Hall, London.
- Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Janic M., "Air Transport System Analysis and Modelling", Gordon and Breach Science Publishers, Amsterdam(2000).
- Jinca, M.Y , L.Frianto, & Aksa S.K., (2002), "Sistem Transportasi Laut Kawasan Timur Indonesia", *Sci&Tech*, Vol 3 no.2, 47 - 60.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Li W., Chai X., "Statistical analysis of airport network of China". *Phys. Rev.E*. 69 046106 (2004).
- Malighetti G., Martini G., Paleari S. and Redondi R., "The Impacts of Airport Centrality in the EU Network and Inter- Airport Competition on Airport Efficiency", *MPRA*(2009).

- Marlok, E.K., (1985), "Pengantar Teknik dan perencanaan Transportasi (cetakan 1995)", PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Marpaung, Fernando. 2009. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kawasan Sebagai Sebuah Tujuan Wisata*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Rodrigue, J.P, Claude, C & Brian S., (2006), "The Geography of Transport Systems", Routledge, London and New York.
- Smyth, M., Pearce, B., (2007), "IATA Economics Briefing No 8: Aviation Economic Benefits", IATA.
- Sapre M., "Topological Analysis of Air Transportation Networks", Master of Science Thesis in Computational Natural Science, Institute of Information Technology Hyderabad, India (2011).
- Tamin, O.Z. (2000), *Perencanaan dan Pemodelan Transportasi*, Penerbit ITB, Bandung.

DAFTAR KEBIJAKAN KEPARIWISATAAN

- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011
- Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012
- Peraturan Daerah NTB Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal
- SK Direktur Jenderal PHKA Nomor SK.128/IV-Sek/2006 tentang Perubahan Keputusan Direktur Jenderal PHKA Nomor SK.69/IV-Set/HO/2006 tentang penunjukkan 20 (Dua puluh) Taman Nasional sebagai Taman Nasional Model.
- Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor : 178/Menhut-II/2005 tentang penetapan sebagai Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.